

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Administración y Economía

Influencia del Patriotismo sobre la Moral Tributaria

Proyecto de Investigación

Erika Nicole Alberca Uquillas

Economía

Trabajo de titulación presentado como requisito

para la obtención del título de

Economista

Quito, 20 de diciembre de 2017

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
COLEGIO DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

Influencia del Patriotismo sobre la Moral Tributaria

Erika Nicole Alberca Uquillas

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico: Diego F. Grijalva, Ph.D.

Firma del profesor:

Quito, 20 de diciembre de 2017

Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante:

Nombres y Apellidos: Erika Nicole Alberca Uquillas

Código: 00116881

Cédula de Identidad : 1722301502

Lugar y fecha: Quito, 20 de diciembre de 2017

Dedicatoria

“Tengo un sueño. . . Soñar que tendré la fuerza, la voluntad y el coraje para ayudar a concretar mis sueños” Martin Luther King.

El presente trabajo de investigación va dedicado a aquellas personas que con amor han orientado mi camino para soñar en grande y luchar por ello: a Dios, a mis padres Pablo Alberca, Erika Uquillas, mi hermana Devi Alberca, y mis abuelitos Dolores Rodríguez y Guillermo Uquillas.

Agradecimiento

El presente trabajo de titulación no hubiese sido posible sin el apoyo de las personas que han hecho de mi camino universitario una experiencia de aprendizaje y alegría, por lo cual doy mi más sincero agradecimiento a quienes mencionaré a continuación.

Mis padres Erika Uquillas y Pablo Alberca, por darme la mejor educación a nivel académico y espiritual, y a mi hermana Devi Alberca, por ser una bendición en mi vida.

Agradezco a la Universidad San Francisco de Quito por permitirme ver que la verdadera riqueza radica en diversificar el conocimiento y por brindarme las herramientas para ser una profesional con pensamiento crítico.

A mi director de tesis y tutor de carrera Diego Grijalva, que a través de su instrucción, dedicación y apoyo se ha convertido en un ejemplo y un guía durante la carrera y en la realización del presente trabajo.

Al cuerpo de profesores; especialmente a Pablo Beltrán, Santiago José Gangotena, Santiago Bucaram, y Luis Espinosa, por demostrarme que la economía es una pasión. Agradezco a Andrés Proaño que además de ser profesor y un jefe comprensivo, ha desempeñado el rol de un amigo.

No puedo concluir sin mencionar a mis compañeros, que hicieron de la Universidad una aventura inolvidable, y a mis colegas y amigas Dayana Vaca, Yelitza Pontón y Macarena Santamaría.

RESUMEN

La presente investigación explora la relación existente entre patriotismo y moral tributaria. Se trabaja con información para 51 países disponibles en la Ola 6 del World Value Survey. Mediante un modelo Probit Ordinal, que enfatiza el uso de controles regionales y el análisis marginal de los efectos de las variables, se concluye que un mayor patriotismo está asociado a una mayor moral tributaria. Se encuentra, a su vez, que factores como género, ingresos, religión, seguridad, condición laboral, y región del encuestado son significativas para la moral tributaria reportada por las personas.

Palabras clave: patriotismo, moral tributaria, impuestos, recaudación de impuestos, evasión de impuestos, carga fiscal, regiones, Modelo Probit Ordinal, efectos marginales World Value Survey, datos Ola 6

ABSTRACT

This research explores the relationship between patriotism with tax morale. The investigation works with sixth wave data from World Value Survey that gives us information of 51 countries. Using a Probit Ordinal Model with an emphasis on regional controls, it is concluded that greater patriotism has a positive influence over tax moral. We found as well, that factors such as gender, income, religion, safety, labor status, and region are significant for the tax morale reported by people.

Keywords: patriotism, tax moral, taxes, tax evasion, regions, tax burden, Ordered Probit Model, marginal effects, World Value Survey, Wave 6 data

TABLA DE CONTENIDO

1	Introducción	10
2	Revisión de la Literatura	13
3	Metodología	18
3.1	Datos	18
3.2	Descripción General del Modelo	20
3.3	Variables de Control y Estadística Descriptiva	22
3.3.1	Descripción de Variables de Control	22
3.3.2	Estadística Descriptiva	26
4	Resultados y Discusión	29
4.1	Comparación Modelo OLS y Probit Ordinal	29
4.2	Efectos Marginales	36
4.2.1	Análisis Progresivo del Efecto Marginal de Patriotismo	41
5	Conclusiones y recomendaciones	43
6	Bibliografía	46
7	Anexos	49
7.1	Anexo 1: Distribución de Países a Nivel Regional	49
7.2	Anexo 2: Resumen Estadístico Variables	50
7.3	Anexo 3: Preguntas Ola 6 WVS	55

ÍNDICE DE TABLAS

1	Resumen estadístico variables: Moral Tributaria, Patriotismo.	27
2	Resultados Modelo Lineal y Probabilístico Ordinal	33
3	Efectos Marginales del modelo OProbit sobre Moral Tributaria	38
4	Efectos Marginales Patriotismo	42
5	Distribución de Países a Nivel Regional	49
6	Resumen Estadístico Variables Demográficas	50
7	Resumen Estadístico Educación Alcanzada	50
8	Resumen Estadístico Estado Marital	51
9	Resumen Estadístico Estado de Empleo	52
10	Resumen Estadístico Tipo de Empleo	52
11	Resumen Estadístico Religión	53
12	Resumen Estadístico Características Económicas	54
13	Encuesta	55

Introducción

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la relación existente entre sentimientos de patriotismo y moral tributaria. Busca probar la hipótesis de que un mayor grado de patriotismo afecta positivamente a la percepción de los impuestos, y con ello a la recaudación de estos.

La evasión de impuestos es un tema que involucra tanto a países con niveles bajos de tributos, como Estados Unidos, así como a aquellos con niveles mayores, como Alemania (Justo, 2015). Para algunas regiones la evasión de impuestos llega a comprometer gran parte de su Producto Interno Bruto. Tal es el caso de América Latina, cuya evasión de impuestos en 2016 fue de 340 000 millones, representando cerca del 6.7% del PIB regional (Cepal, 2016). Es por ello, que este estudio centra su atención en el tema de Moral Tributaria, misma que está relacionada de forma inversa con la evasión de impuestos (Torgler, 2005), y busca comprender la influencia del patriotismo sobre la misma.

La investigación está distribuida en 4 secciones adicionales a la introducción del tema a tratar. En la primera sección se analiza la literatura que motiva a la hipótesis planteada. Los datos con los que se trabaja en la investigación son las encuestas de la Ola número 6 del World Value Survey, los cuales se describen de manera más detallada en la sección 2. Dichos datos son analizados a través de una metodología econométrica incluyendo regresiones OLS, un modelo Probit Ordinal y el análisis de efectos marginales. El modelo, al igual que la descripción de las variables se encuentran detallados dentro de esta sección. En la sección 3 se especifican los resultados. Los hallazgos del modelo planteado al igual que recomendaciones para investigaciones futuras se detallan en la sección 4.

Esta investigación utiliza tres aspectos como motivación. Por un lado, las diferencias en aspectos demográficos, sociales y políticos que sobresalen entre distintas regiones, las mismas que afectan al desempeño económico de los países y específicamente en la evasión tributaria. El segundo eje corresponde a los hallazgos empíricos obtenidos en economía sobre cuán influyentes resultan los factores intrínsecos en las condiciones económicas de los países, específicamente en el aspecto tributario. Finalmente, la tercera motivación es la ausencia de investigación actualizada acerca de los impuestos con un enfoque regional, y que además integre a un amplio número de países. Por esta razón, la presente investigación contribuye a la literatura existente pues realiza un análisis expandido de 51 países, entre los cuales se hallan algunos poco considerados en trabajos anteriores, al igual que una actualización de la información, al utilizar los datos la última Ola disponible por el World Value Survey. Este análisis puede, a su vez, servir como una guía para el conocimiento de la situación de moral tributaria actual de cada país, y para revelar ciertos aspectos que deben ser analizados acorde con el contexto regional antes de la aplicación de políticas públicas.

Dentro de la primera sección, en lo que respecta a literatura previa se observa un interés en la recaudación tributaria que nos lleva a buscar la relación entre patriotismo e impuestos. Por un lado, se analiza el vínculo impositivo del patriotismo en circunstancias bélicas a través de los trabajos de Hill (1894), Jones (1996) y Slemrod (2007). Se recorren de igual manera, estudios que evidencian una relación positiva entre nacionalismo y moral tributaria. Adicionalmente, se revisa brevemente el artículo que ha sido guía para esta investigación, y que trata el tema de cómo influye el patriotismo en la recaudación de impuestos dentro de ocho países (Konrad & Qari, 2012). Por último, se revisan brevemente algunas investigaciones de moral tributaria que han sido realizados a nivel regional, llegando a la conclusión de que muy pocos estudios abarcan

gran número de países, y que la información con la cual han trabajado se encuentra desactualizada.

Las encuestas de la Ola 6 del World Value Survey (2017) permiten la realización del análisis propuesto. Estas cuentan con información para patriotismo y recaudación tributaria, las cuales constituyen las variables fundamentales. De igual manera, brindan los datos de los 51 países utilizados con alrededor de 48849 individuos. Dentro de este apartado, se describen también posibles problemas con respecto a las encuestas y las variables utilizadas.

La metodología para el tratamiento de los datos será de carácter econométrico. Para ello, los modelos utilizados son regresiones OLS, y un modelo Probit Ordinal con un análisis de sus efectos marginales. Como parte de esta sección se mencionan problemas a los que se enfrenta el modelo, como es el caso de endogeneidad, mismo que pese a no ser resuelto dentro de esta investigación, es tomado en consideración durante el análisis de los resultados. Dentro de la metodología se informa también acerca de los controles utilizados, con la respectiva justificación para la inclusión de los mismos. Se realiza a su vez un breve resumen estadístico de las variables utilizadas con la finalidad de comprender el comportamiento de cada una dentro de las distintas regiones. A partir de los modelos utilizados, se llega al análisis de los resultados de las tres regresiones. El respectivo análisis es acompañado a su vez de una discusión sobre el sentido económico de cada uno de ellos, al igual que una comparación con los hallazgos de estudios anteriores.

Revisión de la Literatura

Con respecto al análisis tributario existe gran cantidad de literatura. Por un lado, se analiza la influencia de la aplicación de incentivos intrínsecos al momento de la recaudación tributaria, recalcando la efectividad de este proceso cuando la motivación de las personas es alta (Webley, 2010; Torgler, 2003; Richardson, 2006; Grijalva & Vera, 2014).

En un campo más específico, la influencia del patriotismo en políticas de impuestos ha sido investigada desde diferentes perspectivas. Se ha encontrado así que existe una relación positiva entre mayor patriotismo y los aportes voluntarios (Andreoni et al., 1998). De igual manera, un tema bastante estudiado es el vínculo entre la guerra, el patriotismo y la recolección de impuestos. Las investigaciones sugieren que la recolección de impuestos depende de la disposición de los ciudadanos a declarar correctamente su ingreso. En época de crisis o tiempo de guerra la contribución voluntaria de las personas aumenta, y por ello su disposición a declarar correctamente también lo hace; incrementa el patriotismo y los aportes se interpretan como una forma de colaboración con el país (Hill, 1894). A este estudio se puede añadir la influencia de los medios de comunicación en incrementar el patriotismo y la recolección tributaria en periodo de guerra en Estados Unidos (Jones, 1996). Así, la propuesta de Slemrod de que se puede obtener más aportes en periodos bélicos apelando al patriotismo, también puede extenderse a episodios de paz (Slemrod, 2007).

En los últimos años un tema de interés es la relación existente entre preguntas de moral tributaria y nacionalismo, que ha obtenido resultados con coeficientes positivos en España (Martinez-Vazquez & Torgler, 2014), al igual que en el análisis con datos del World Value Survey (Heinemann, 2008). Torgler y Schneider (2007) han indagado

diversos estudios en este campo. En su investigación, mediante el análisis de datos desde 1995 a 1997 del World Value Survey y de 1999 al 2000 del European Survey dentro de Suiza, Bélgica y España, se identifican los factores que influyen en las actitudes hacia el pago de impuestos, o moral tributaria. El nacionalismo es uno de los factores relacionados con la misma, pero sin que exista un mayor énfasis al respecto. Torgler (2003) en su investigación de "Moral Tributaria en Economías de transición," encuentra una relación positiva entre la pregunta del World Value Survey que mide el orgullo de los ciudadanos (datos de 1990 a 1997) con la moral tributaria para países de la Unión Soviética, y países de Europa Central y del Este.

En 2014, Martínez-Vázquez & Torgler centran su estudio en un análisis sobre la evolución de la Moral Tributaria en España después del periodo de Franco y en los factores que la integran. La finalidad fue comprender la actitud de las personas ante los impuestos durante el periodo de transición que involucró reformas institucionales y tributarias. El análisis de los datos dentro del periodo de 1980 al 2000 de World Value Survey y de European Survey, además de revelar un incremento en la moral tributaria, también muestra que la variable orgullo influye de una manera positiva y significativa sobre la moral tributaria de España durante el periodo analizado (Martínez-Vázquez & Torgler, 2014).

Finalmente, Heinemann (2008) analiza si las estructuras históricas de los estados de bienestar influyen en la situación actual del grado de beneficio moral de los países. Llegan al resultado de que la construcción de un estado de bienestar en conjunto con un incremento en desempleo, desestabilizan los estándares éticos. Al implementar nacionalismo como una variable de control, una vez aplicados modelos Probit a los datos de European Values Study y World Values Survey desde la Ola 1 (1981–1984) hasta la Ola 4 (1999–2001), se encuentra una relación positiva entre nacionalismo y

beneficio moral. (Heinemann, 2008). En los últimos años las investigaciones realizadas han direccionado a resultados sobre una influencia positiva existente por parte del nacionalismo hacia la moral tributaria para distintos países. No obstante, ninguno de estos estudios ha tenido como orientación principal el descubrimiento de la relación entre estas dos variables, por lo cual no es posible el generalizar conclusiones con respecto a las mismas, así como tampoco se pueden obtener resultados concisos en el tema.

La literatura nombrada conlleva al artículo que se ha utilizado como base dentro de la presente investigación cuyo tema principal es la relación entre Patriotismo y Recaudación Tributaria. Konrad & Qari (2012) son los únicos que se enfocan en la influencia del patriotismo sobre la recaudación tributaria. Debido a la disponibilidad de datos, el estudio se basa en la información de 8 países: Estados Unidos, Austria, Irlanda, Países bajos, Polonia, Canadá, Portugal, Uruguay (Konrad y Qari, 2012). Utilizando como metodología un análisis OLS y un Probit ordinal de los datos de las encuestas Citizenship 2004 y National Identity 2003 se llega al resultado de que el patriotismo incrementa positivamente la recaudación de impuestos para los 8 países analizados. El estudio contiene a Uruguay como único país de América Latina, lo cual impide considerarlo como una muestra significativa para generalizar este comportamiento a nivel de la región.

En cuanto a trabajos a escala regional, las investigaciones con respecto a factores intrínsecos que influyen en la recaudación tributaria es limitada para regiones árabes, africanas y asiáticas. Una de las investigaciones realizadas es la de Tax & Development (2013), misma que clasifica a nivel regional el análisis de los factores influyentes en la moral tributaria, y el comportamiento de esta, mas con datos pertenecientes a la Ola 5 (años 2005-2009) del World Value Survey. Dicha investigación no realiza un

énfasis en el tema de patriotismo. Por otro lado, en cuanto a África, es posible hallar escasa investigación acerca de Moral Tributaria. La organización Christian Aid es una de las pocas que ha centrado su atención en esta región. Su investigación radica en un análisis teórico de la relación entre impuestos con respecto a la justicia internacional, gobierno, moralidad, y el sector privado (Allen et al., 2014). Consideran la realidad de Brasil y Sudáfrica desde una perspectiva religiosa, al igual que la moralidad sobre la carga impositiva.

El caso latinoamericano no es una excepción dentro de los casos de poca investigación tributaria, llegando a tener casi nulidad de estudios con respecto al tema de patriotismo, nacionalismo e impuestos. A pesar de ello, es posible encontrar artículos como Torgler (2005), que tiene una orientación hacia comprender el grado de moral tributaria existente en distintos países de América Latina, las correlaciones entre moral tributaria, evasión tributaria, y el tamaño del “shadow economy” o el área informal de la economía que evade impuestos. De igual manera, mediante un modelo Probit Ponderado aplicado a los datos de World Value Survey (1981-1997) y Latinobarómetro (1998) analiza los aspectos determinantes de la moral tributaria. Por otro lado, se han desarrollado investigaciones con respecto a temas más específicos como (Caro & Stein, 2013). Esta se centró en la relación existente entre la ideología y el aumento en el ingreso tributario en América Latina en los periodos de 1990-2010 (Caro & Stein, 2013). Los estudios mencionados demuestran que el tema con respecto a la recaudación tributaria y el nacionalismo y patriotismo se mantiene aún inexplorado en América Latina.

Un aspecto que destaca a lo largo de la literatura previa es una concentración de investigación en cuanto a moral y recaudación tributaria con relación a países ubicados en la región Europea, contrastando con una escasez de análisis en lo que respecta a

otras regiones, como es el caso de América Latina, África y Asia. Por otro lado, se observa también una falta de actualización de datos hacia trabajos con información más reciente. Los artículos nombrados vinculan sentimientos intrínsecos por parte del ciudadano hacia el país, pero sin enfatizar la relación de nacionalismo y patriotismo con respecto a la recaudación tributaria. Por esta razón, el presente trabajo de titulación busca enriquecer la literatura tributaria expandiéndola hacia un total de 51 países incluyendo casos previamente excluidos como países asiáticos, africanos, latinoamericanos y del Caribe. Adicionalmente, realiza una actualización de los resultados obtenidos por investigaciones previas al utilizar datos de la última Ola (6) del World Value Survey (2017).

Cada región mantiene un comportamiento interesante, y distinto en cuanto a la percepción de patriotismo, y existen otros factores como la corrupción que, debido a su presencia constante en la sociedad, tienen mayor trascendencia en varios países. De igual manera, la percepción sobre la forma en que se implementan los impuestos, el apoyo o aversión al partido político en el poder también influyen tanto en el grado de patriotismo como en la recaudación causando variaciones a nivel regional. Es por ello, y por el paso del tiempo, que se pueden esperar resultados diferentes a los encontrados en las investigaciones previas con respecto al análisis de la manera en la cual el patriotismo llega o no a influenciar en los impuestos, análisis que es objetivo fundamental de esta investigación.

Metodología

3.1. Datos

Se utiliza como fuente de datos la Ola 6 de encuestas del World Value Survey, misma que incluye los periodos de 2010-2014 para 51 países y 48,849 encuestados. Las encuestas contienen información a nivel individual, lo cual permite realizar un análisis de comportamiento dentro de cada país. Los cuestionarios ofrecidos por el World Value Survey brindan información en distintos campos, el ámbito tributario es uno de los mismos, que ya ha sido analizado en investigaciones anteriores como Torgler (2005).

La investigación consiste en el análisis de dos variables fundamentales: moral tributaria, relacionada con evasión tributaria, y la variable patriotismo. A lo largo de la literatura la moral tributaria se ha analizado bajo el marco de qué tan legítima es para los ciudadanos la evasión de impuestos. De esta manera para definir moral tributaria se utiliza la siguiente pregunta bajo una escala del 1 al 10 modificada (en donde 1 pasa a representar siempre se justifica y 10 nunca se justifica) con el objetivo de que un valor mayor represente más alta moral tributaria:

Por favor dígame por cada una de las siguientes afirmaciones si usted cree que siempre puede justificarse, nunca puede justificarse, o si su opinión está en algún punto intermedio. Use esta tarjeta en donde 1 es "nunca se justifica" y 10 es "siempre se justifica": Hacer trampas en los impuestos, si se tiene la oportunidad (World Value Survey, 2017).

Si bien la pregunta no se encuentra libre de sesgos, como menciona Torgler (2005) es posible aceptar la calidad de los datos brindados por la misma, debido a que esta se presenta de manera casual dentro de un cuestionario que abarca distintos temas desde religión hasta política. Es por ello, y porque no mantiene una relación con su

comportamiento actual sobre romper o no las reglas, que se espera que las personas respondan de manera honesta.

Por otro lado, la variable Patriotismo se obtiene utilizando como proxy al orgullo que sienten los ciudadanos con respecto a su nacionalidad. Se crean cuatro variables dicotómicas para definir de manera ordinal el grado de orgullo (muy orgulloso, moderadamente orgulloso, muy poco orgulloso, nada orgulloso). La pregunta utilizada para la creación de la variable es:

¿Qué tan orgulloso está usted de ser (nacionalidad)? (1 muy orgulloso, 2 algo orgulloso, 3 poco orgulloso, 4 nada orgulloso) (World Value Survey, 2017).

Esta pregunta ha sido utilizada como válida para ejemplificar el patriotismo dentro de la investigación de Heinemman (2008). No obstante, no queda libre de sesgos, puesto que la interpretación de la misma varía entre países, y entre individuos. Por otra parte, Konrad & Qari (2012) desarrollan un índice para ejemplificar patriotismo que incluye el orgullo hacia diez factores distintos sobre características políticas, históricas y económicas de cada país. De igual manera, la variable dentro de la investigación de Konrad y Qari no es tratada de manera propicia pues al integrarla como una sola variable recibe un tratamiento cardinal, cuando en realidad lo único que se puede inferir de la misma es orden. Al utilizar una única pregunta se descarta el riesgo de la complejidad de creación de un índice y la representatividad de este, y al crear variables binomiales para patriotismo el análisis refleja mayor precisión.

Aun cuando la base de datos de la Ola 6 de World Value Survey brinda información a nivel individual sobre 86,272 personas, uno de los principales problemas a los que está sujeto el trabajo es la disponibilidad de las preguntas de moral tributaria y patriotismo, al igual como las preguntas que brindan información sobre los controles del modelo.

Debido a esta razón se cuenta con datos únicamente para 48,849 individuos dentro de un total de 51 países. Los países con disponibilidad de información han sido clasificados en 11 regiones, las mismas que se encuentran detalladas en el Anexo N1. Para dicha clasificación se utilizó como referencia la subdivisión realizada por la Organización Mundial de Estandarización utilizada por (Naciones Unidas, 2017), a la cual se realizó pequeñas modificaciones en cuanto a agrupaciones entre regiones. Adicionalmente, debido a similitudes culturales y socio-económicas se incluyó como una categoría a los países árabes utilizando como respaldo la división regional realizada por UNESCO (2017). Cada país incluido cuenta con información de aproximadamente 800 a 2000 individuos. De igual manera, las encuestas fueron realizadas en años distintos para cada uno dentro del periodo de la Ola 6, lo cual se detalla en el Anexo N1.

Es posible observar que al no contar con datos para los mismos años, y años consecutivos por parte de los países utilizados, no es posible realizar un análisis de panel. De igual forma, durante el estudio es necesario considerar el posible sesgo de las preguntas empleadas.

3.2. Descripción General del Modelo

El análisis parte del modelo empleado por Konrad & Qari (2012) sustituyendo la variable recaudación tributaria por la variable moral tributaria, y queda desarrollado de la siguiente manera:

$$MoralTributaria_{i,j} = \gamma_i + \alpha_j + \beta_1 Orgullo_{i,j} + x'_{i,j} \beta_2 + \varepsilon_{i,j} \quad (1)$$

El modelo explica la variable moral tributaria de un individuo i en una región j como una función de Patriotismo representado a través de la variable orgullo de cada ciudadano.

Al igual que en el modelo de Konrad y Qari se incluye un vector de controles x'_{ij} , con características personales por individuo. Finalmente, α representa la incorporación de efectos fijos a nivel de región, mismos que buscan acaparar las diferencias en aspectos socio-económicos, y culturales no incorporados por las otras variables, y γ representa controles del año en el que fueron realizadas las encuestas.

Los datos son analizados a través de dos regresiones, una de mínimos cuadrados ordinarios y un modelo Probit Ordinal con la finalidad de comparar las variaciones en la direccionalidad y magnitud de las variables. La regresión por mínimos cuadrados ordinarios, es una guía para una primera noción del efecto y significancia de las variables independientes sobre la variable patriotismo. La regresión lineal presenta problemas de heteroscedasticidad, lo cual se comprueba mediante la aplicación del test de Breusch-Pagan. Por ello, se aplica una corrección de errores robustos al modelo, la cual calcula un estimador de varianza robusto utilizando como base la lista de variables y una matriz de covarianza. Por otro lado, se analiza la multicolinealidad entre las variables utilizando el factor de inflación de la varianza de la regresión.

Por otro lado, dado que la variable dependiente es de carácter categórico, el uso de un modelo lineal puede resultar en la violación de las suposiciones realizadas por los mínimos cuadrados ordinarios. O a su vez, por la característica del modelo lineal es posible obtener resultados mayores a uno, alterando la interpretación probabilística que se debe aplicar a cada categoría de la variable dependiente. Por esta razón, se utiliza una regresión Probit Ordinal la cual analiza la probabilidad de que un incremento en patriotismo aumente la moral tributaria de las personas. Dentro de esta regresión se incorporan errores robustos para la corrección de heteroscedasticidad y se realizan efectos marginales para la interpretación de los coeficientes. Los resultados obtenidos por el Modelo de Probit Ordinal serán comparados con los resultados de la regresión

lineal para comprender las variaciones entre los mismos.

Una de las limitaciones al momento de analizar causalidad mediante un modelo es la posible existencia de simultaneidad. Es así que uno de los mayores problemas en el modelo realizado es la existencia de endogeneidad entre las variables de moral tributaria y patriotismo. Dichas variables pueden afectarse mutuamente, pues si bien la literatura sugiere que el patriotismo tiene una influencia sobre la moral tributaria, debido a la vinculación hacia un sentimiento de que el impuesto es una contribución para el bienestar del país, también podría observarse una relación de ambas variables en una dirección contraria. Es así que una persona con baja moral tributaria que enfrenta costos altos de evasión de impuestos podría tender a sobrestimar su patriotismo con la excusa de que la carga tributaria es perjudicial para el país, y de esta manera justificar su tolerancia a la evasión de impuestos (Konrad y Qari, 2012). No obstante, dado que las variables independiente y dependiente son de carácter categórico es sencillo caer en errores con respecto al modelo y a la variable instrumental utilizada al momento de realizar estimaciones. Por esta razón, basándome en el argumento de Konrad & Qari (2012) de que se presencia una variación pequeña de resultados al instrumentar, por lo cual no reportan el instrumento, se ha decidido trabajar sin correcciones hacia el problema de endogeneidad.

3.3. Variables de Control y Estadística Descriptiva

3.3.1. Descripción de Variables de Control

Debido a que la moral tributaria y la evasión de impuestos están influenciadas por características individuales, el modelo incluye un vector x'_{ij} de controles. Este vector considera características demográficas como género, edad y estado marital; característi-

cas sobre condición educativa y de empleo como: nivel de educación, estado de empleo, y tipo de trabajo; aspectos económicos-sociales como el nivel de ingresos; variables institucionales como la preocupación de perder su empleo, seguridad percibida dentro del país, y confianza en el gobierno; y características sociales, en las que se encuentran las creencias religiosas y frecuencia de asistencia a servicios religiosos. A continuación se discutirá el sentido económico de dichas variables acorde con la literatura previa, al igual que la forma en la que son incorporadas dentro de la regresión.

Entre las características demográficas esenciales que influyen en la moral tributaria se encuentran la edad, género y estado marital. La edad se presenta como una variable discreta. Su significancia para la moral tributaria ha sido recalcada en Torgler (2005) Slemrod (2007) y Konrad y Qari (2012), encontrando que las personas mayores reflejan ser más honestas en lo que respecta a recaudación de impuestos y moral tributaria. Con respecto al género se ha observado un mayor cumplimiento de las reglas por parte de las mujeres, por lo cual se espera una direccionalidad positiva en la variable mujer con relación a mayor moral tributaria (Heinemann, 2008). El estado marital se incorpora debido a que las personas casadas están sujetas más a su comportamiento social y seguimiento de normas sociales (Heinemann, 2008). Acorde con los hallazgos de Heinemann (2008) y de Konrad y Qari (2012) se espera un coeficiente positivo para la variable casado en relación a mayor moral tributaria. Se utilizan cinco categorías para la descripción de estado marital: casado, viudo, divorciado, separado, soltero, vivir juntos como casados.

Las características relacionadas con educación y estado laboral también son trascendentes dentro de la moral tributaria por lo cual se incorporan el nivel de educación alcanzado, estado de empleo y tipo de trabajo. Dentro del nivel de educación se espera que entre mayor sea este exista una influencia positiva sobre la moral tributaria. La

educación ha tenido un comportamiento significativo en las investigaciones de Slemrod (2007) y Konrad y Qari (2012). Dentro de las encuestas de World Value Survey, el nivel de educación se trata en una escala del 1 al 3, que corresponden a nivel bajo, medio y alto. Para propósitos de este estudio se emplea en el modelo las tres categorías como variables binomiales, utilizando la categoría medio como referencia para las demás. El estado de empleo es subdividido en: tiempo completo, medio tiempo, desempleado, retirado y otros estados, de las cuales se utiliza a la variable tiempo completo como punto de comparación. Por parte de la literatura se espera una dirección negativa de las personas desempleadas y las que trabajan a medio tiempo con respecto a la moral tributaria (Konrad y Qari, 2012). Sin embargo, en otras investigaciones como las encuestas para Austria no se encuentra una influencia significativa de esta variable sobre moral tributaria (Halla & Schneider, 2013). El tipo de trabajo integra: trabajos en institución privada, pública, auto-empleo o una institución privada sin fines de lucro, de los cuales se utiliza a esta última como referencia, y se anticipa un signo negativo hacia la moral tributaria para los auto-empleados, empleados privados y empleados públicos (Konrad y Qari, 2012).

A razón de que la religión puede ser un proxy de ética, tolerancia y confianza, refuerza los valores sociales y evita comportamientos ilegales (LaPorta y Schneider, 2014), se añade a esta como una variable de control. El comportamiento esperado es que la religión, y la asistencia a la iglesia como proxy, eviten la evasión de impuestos y fomenten la moral tributaria. Se consideran nueve categorías en el aspecto religioso: no pertenece a una denominación religiosa, Musulmanes, Católicos Romanos, Ortodoxos, Protestantes, Budistas, Suníes, Hindús, como las religiones con mayor número de integrantes. Las demás religiones se integran dentro del grupo otras religiones. En cuanto a la frecuencia de asistencia a servicios religiosos, World Value Survey la mide

en escala de Likert del 1 al 8, siendo 1 baja asistencia y 8 alta asistencia. Esta se integra en la regresión como un conjunto de 4 variables binomiales en donde Alta Frecuencia representa a quienes asisten una vez a la semana o más de una vez a servicios religiosos, frecuencia media para quienes asisten una vez al mes, frecuencia especial para las personas que van una vez al año o en celebraciones especiales, frecuencia baja para los individuos que van a servicios religiosos menos de una vez al año o prácticamente no asisten.

Las características económicas influyen en el grado de moral tributaria de los ciudadanos. Por esta razón, se incorpora la variable ingreso analizada por deciles en una escala del 1 al 10 del más bajo al más alto. En base a dicha variable se desagrega cada categoría en dummies para integrarlas dentro de la regresión. Investigaciones previas como las realizadas por Slemrod (2007) y Andreoni et al. (1998) no han llegado a concluir una influencia del ingreso en la evasión tributaria, obteniendo coeficientes no significativos, o coeficientes pequeños como en el caso de Konrad y Qari (2012).

Los factores institucionales, y aspectos vinculados con la coyuntura del país y el gobierno explican la forma en que los ciudadanos perciben la utilización de las aportaciones tributarias, lo cual afecta a su disposición a pagar y a su moral tributaria (Tax & Development, 2013). Para controlar dichos factores se incorporan tres variables: la preocupación de los individuos con respecto a perder su trabajo, la criminalidad y la confianza en el gobierno. La preocupación de los individuos por perder su trabajo se mide en una escala de Likert con valores del 1 al 4 que representan mucha preocupación a nada de preocupación, respectivamente. Este control se desagrega en variables dicotómicas al momento de ser incluidos en la regresión, y se utiliza como punto de comparación las personas que no se preocupan por perder su trabajo. Por otro lado, se considera la criminalidad a través de una variable binomial en base a si el encues-

tado ha sido víctima de crimen en el último año. La variable confianza en el gobierno ha sido utilizada en estudios previos de moral tributaria, obteniendo que los individuos que tienen confianza en sus gobiernos nacionales presentan una mayor moral tributaria, por lo que se espera mantener esta direccionalidad en la presente investigación (Tax & Development, 2013). La variable confianza en el gobierno se mide en World Value Survey a través de una escala de Likert, la cual es modificada para presentar valores del 1 al 4, en donde 1 es no confianza en el gobierno y 4 es un alto grado de confianza en el gobierno. Para la incorporación de la variable dentro de la regresión cada categoría es tratada de manera independiente, por lo cual se crean cuatro variables binomiales: Mucha confianza en el gobierno, Moderada confianza en el gobierno, No mucha confianza en el gobierno y No confianza en el gobierno.

3.3.2. Estadística Descriptiva

La Tabla 1 presenta un resumen estadístico de las dos variables principales utilizadas en la investigación: moral tributaria y patriotismo. Por el lado de la variable dependiente, la mayoría de las regiones reportan una media cercana a 9 para moral tributaria. Esto indica mayor aversión por parte de los ciudadanos hacia la evasión o realización de trampas en los impuestos. Dentro de las 12 regiones, Asia del Sur, que incluye a India y Paquistán mantiene un menor reporte de moral tributaria con una media de 7.48, una mediana de 8 y una desviación estándar de 2.7. Dicho resultado es coherente con el puesto número 19 que ocupó India dentro de una lista 180 países cuyos ciudadanos mantienen su dinero en paraísos fiscales (TNN, 2017). Aún así es un monto elevado de moral tributaria para una región en la cual el ministro de finanzas indio, recalcó que la norma es evadir impuestos, luego de encontrar cerca de 700 000 evasores (BBC, 2016).

Tabla 1: Resumen estadístico variables: Moral Tributaria, Patriotismo.

	<i>Variables Principales</i>											
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>
Moral Tributaria												
Media	9.107	9.310	9.054	8.519	9.159	8.502	8.479	9.204	7.476	9.440	8.158	8.103
Mediana	10	10	10	10	10	10	10	10	8	10	9	9
sd	1.698	1.508	1.979	2.16	1.587	2.291	2.327	1.587	2.660	1.488	2.538	2.468
min	1											
max	10											
Patriotismo / Orgullo												
Media	3.632	3.522	3.589	3.098	3.261	3.583	3.544	2.980	3.581	3.708	3.564	3.675
Mediana	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
sd	0.589	0.655	0.668	0.81	0.724	0.646	0.602	0.724	0.741	0.575	0.630	0.598
min	1											
max	4											
Observaciones	1459	1340	7024	4039	3252	5143	2539	4867	1347	3193	4251	6896

Nota: Los números del 1-12 representan a cada una de las regiones detalladas en el Anexo N.I.

Por otro lado, las regiones con mayor reporte de moral tributaria son Asia Occidental con una media de 9.44, y América del Norte que incluye únicamente a Estados Unidos y presenta una media de 9.3. América Latina reporta un alto nivel de moral tributaria, pese a que el monto de evasión dicta lo contrario. Este resultado puede incluir sesgos con respecto a la interpretación de la pregunta por parte de los ciudadanos, o a su vez puede ser consecuencia de la normativa tributaria de la región. Debido al carácter laxo de las normas impositivas, en comparación con regiones europeas o de América del Norte, los ciudadanos latinoamericanos pese a evadir sus impuestos pueden interpretar aquellas ocasiones en las que realizan sus declaraciones correctamente como actos de moral tributaria omitiendo las veces en las que no lo hacen.

En lo que respecta a patriotismo, a través de la variable orgullo, la región que acorde con las encuestas posee menor nivel es Asia Oriental con una media de 2.98 y una desviación estándar de 0.72. Esta agrupa a seis países: China, Hong Kong, Japón, Sur Corea y Taiwán. Debido a que el valor máximo de patriotismo es 4, pese a mantener el valor más bajo entre las doce regiones reportadas, no implica que los ciudadanos de Asia Oriental no estén orgullosos de su país. En un escenario contrario, con un reporte

de patriotismo alto, se encuentra el caso de Asia Occidental con una media de 3.7, que incluye a los siguientes países: Armenia, Azerbaiyán, Georgia y Turquía. África también presenta un patriotismo alto. La media de su variable orgullo es de 3.68 y los países incluidos son: Ruanda, Zimbawe, Sudáfrica, Ghana y Nigeria. Es necesario reconocer que los resultados pueden variar de acuerdo con las diferencias regionales al momento de entender las preguntas.

En los anexos se incluyen los indicadores estadísticos principales de las variables de control, resumidos en el Anexo 2 con el objetivo de conocer el contexto general de los datos de cada región. En el resumen estadístico de las variables demográficas que se encuentra en la Tabla 6 es posible observar que en la mayoría de regiones las personas encuestadas están distribuidas equitativamente entre hombres y mujeres, por lo cual la media de género redondea al valor de 0.5. No obstante, dos regiones, Países Árabes y Asia del Sur, poseen una media para la variable mujer más baja en comparación a las demás regiones, siendo esta de 0.366 y 0.225 respectivamente.

En Estado Marital, cuyas características estadísticas importantes se pueden encontrar en la Tabla 8, es posible ver que la categoría casado reporta las medias más altas en 11 de las 12 regiones analizadas. Una de las regiones que destaca es América Latina pues a diferencia de las otras regiones las cuales mantienen una media para casados cercana o sobre 0.5, en América Latina esta categoría reporta una media de 0.388, y la categoría soltero alcanza una media cercana a 0.266, superior a la de las otras regiones. La región que también mantiene una media alta para la categoría soltero es África, con un valor de 0.389. Adicionalmente, América Latina y Oceanía reportan una media mayor, en comparación a las demás regiones, en lo que respecta a vivir juntos como casados, tomando el valor de 0.123 y 0.208 respectivamente. La región para la cual la media de esta categoría es menor es Países Árabes con 0.0014.

Los indicadores de educación que se encuentran en la Tabla 2 reflejan que Asia del Sur reporta una de las medias más bajas en cuanto a escolaridad con un valor de 1.62 en un rango del 1 al 3, y América Latina es la siguiente región con media más baja en educación, siendo esta de 1.85. La región que presenta la media más alta es Oceanía con un valor de 2.36. En cuanto al área laboral, Estados Unidos posee una media más alta para empleados a tiempo completo en relación a las 11 regiones restantes. Su valor es de 0.567 con una desviación estándar de 0.496. Oceanía, por su parte, tiene la media más alta en trabajadores a medio tiempo (0.181) comparada con las demás regiones. África es una región que destaca por su media de desempleo, misma que es superior a la de las otras regiones y toma un valor de 0.196 y una desviación estándar de 0.396. Dentro de tipo de empleo, Europa del Norte y Oriental reporta la media de empleados públicos más alta, misma que es de 0.516 con una desviación estándar de 0.499. Por otro lado, no todas las regiones presentan personas que se definen como auto-empleados. Las regiones que sí poseen personas que se definen como auto-empleados son América Latina, Países Árabes, Asia Oriental y África.

Resultados y Discusión

4.1. Comparación Modelo OLS y Probit Ordinal

La Tabla 2 muestra los resultados de la regresión lineal y el modelo Probit Ordinal, ambos con errores robustos. Las variables presentadas carecen de problemas de multicolinealidad, lo cual se refleja en el Factor Inflado de la Varianza (VIF) que toma un valor máximo de 3.43.

Contrastando con los resultados de la investigación realizada por Konrad y Qari,

en donde no se presenta mayor diferencia entre el modelo lineal y el ordinal; en el presente estudio surgen cambios tanto en la magnitud de los coeficientes como en la significancia de las variables. Variables como estado marital separado, empleado público, empleado privado, Católico Romano, Hindus, los cuatro primeros deciles de ingreso, mucha preocupación por perder su trabajo, y la región de países árabes experimentan un incremento en su significancia. En el caso contrario, otras variables, como las categorías de cuánta confianza en el gobierno tienen los ciudadanos, dejan de ser significativas. Por esta razón, se realizará el análisis de la direccionalidad de los coeficientes en base a los resultados del modelo Probit Ordinal y posteriormente para obtener mayor detalle sobre la magnitud de los regresores se hará énfasis en los efectos marginales de dicho modelo.

La variable patriotismo es significativa tanto en el modelo lineal como en el Probit Ordinal. Esta influye de manera positiva en el grado de moral tributaria, contribuyendo a la hipótesis planteada en esta investigación. El coeficiente es mucho mayor a medida que incrementa el nivel de orgullo. Se observa en el modelo Probit Ordinal que en relación a las personas no patriotas, el tener poco patriotismo presenta un coeficiente de 0.127, patriotismo moderado de 0.254, y mucho patriotismo de 0.429 con significancia de las variables dentro de un 99% de confianza.

Con respecto a las variables de control, los resultados son consistentes con la literatura previa sobre moral tributaria e impuestos. El ser mujer tiene una asociación positiva con más moral tributaria. En relación a las personas casadas, las personas divorciadas, separadas, viudas, de unión libre y solteras reportan menor moral tributaria.

En el contexto de formación y educación, al igual que en otras investigaciones, quienes poseen una educación alta tienen una influencia positiva sobre mayor moral tributaria comparados con las personas de educación media. No obstante, para las

personas con un nivel de educación bajo la variable no es significativa, por lo que no se puede concluir que están relacionadas con reportar menor moral tributaria.

En lo que respecta a empleo, la investigación de Konrad & Qari (2012) reporta no significancia por parte del estado de empleo en relación a moral tributaria. Sin embargo, es posible observar que dentro de las categorías de estado de empleo los empleados a medio tiempo y empleados retirados no tienen un efecto significativo sobre moral tributaria, mas las personas desempleadas y quienes poseen otro estado de empleo como amas de casa o estudiantes tienen una correlación negativa con moral tributaria. En las variables que definen el tipo de empleo, los empleados públicos, privados y auto-empleados se relacionan de manera significativa hacia la variable moral tributaria a un nivel de confianza de 99% y 99,9%. Utilizando como categoría de comparación a los empleados privados sin fines de lucro, es posible encontrar una direccionalidad positiva entre los empleados privados y públicos hacia su reporte de mayor moral tributaria, mientras que en los auto-empleados se observa un efecto contrario.

La religión también tiene un rol importante dentro de la moral tributaria. Contrario a lo esperado, el coeficiente de las personas que no se identifican con ninguna religión no tiene significancia con respecto a moral tributaria. Sin embargo, varias religiones entre las que se encuentran: Protestantes, Musulmanes, Budistas, Suníes e Hindús reportan mayor moral tributaria con respecto a Otras religiones que no fueron desagregadas como una categoría independiente. Por otro lado, Católicos Romanos tiene una asociación negativa con moral tributaria. La frecuencia con la cual las personas asisten a servicios religiosos también es significativa para el caso de los individuos que mantienen una asistencia alta, y para aquellos que asisten únicamente en celebraciones y fechas especiales, dentro de un 99.9% y un 95% de confianza respectivamente. En el caso contrario, las personas que cuentan con una asistencia media no presen-

tan coeficientes significativos en el rango de un 90% de confianza. La dirección de esta variable resulta ambigua, mas se puede concluir que quienes asisten de manera comprometida, es decir constantemente, a servicios religiosos se correlacionan con una mayor tendencia a reportar una moral tributaria más alta.

Un aspecto nuevo en relación a investigaciones anteriores es que el nivel de ingresos es significativo al momento de justificar la evasión de impuestos. Slemrod (2007) argumentaba que no todos evaden impuestos por las mismas razones y mucho menos existe una proporción de ingreso fija a partir de la cual se genere mayor evasión de impuestos. La diferencia en características individuales al igual que las distintas oportunidades ocasionan que no se mantenga una relación con respecto a ingresos. Sin embargo, nuestros resultados revelan que en relación al decil de ingresos más bajo los otros deciles tienen una direccionalidad negativa con la variable dependiente. Dicho coeficiente incrementa a medida que nos trasladamos hacia deciles de ingresos mayores. Por lo que se podría concluir que más ingresos se relacionan negativamente con moral tributaria.

La coyuntura económica y social que enfrentan los países y que no ha sido tratada frecuentemente en otras investigaciones también tiene un efecto importante sobre la moral tributaria. La preocupación por perder el trabajo es significativa a un 99.9% de confianza. En relación a las personas que no presentan preocupación por perderlo, quienes reportan una preocupación moderada tienen una asociación negativa con un coeficiente de -0.226, el cual es superior que para quienes presentan poca preocupación por perder su empleo. En cuanto a quienes fueron víctimas de criminalidad en el último año, su reporte de moral tributaria es menor en relación a quienes no lo fueron. Finalmente, se observa que la confianza en el gobierno no es significativa en ninguno de sus niveles.

Tabla 2: Resultados Modelo Lineal y Probabilístico Ordinal

	<i>Variable Dependiente</i>	
	Moral Tributaria	
	Resultados OLS	Resultados Probit Ordinal
	(1)	(2)
Patriotismo (Orgullo):		
Poco	0.330*** (0.094)	0.127** (0.043)
Moderado	0.621*** (0.088)	0.254*** (0.040)
Mucho	0.857*** (0.088)	0.429*** (0.040)
Mujer	0.146*** (0.020)	0.085*** (0.011)
Edad	0.008*** (0.001)	0.006*** (0.001)
Estado Marital:		
Divorciado	-0.189*** (0.047)	-0.105*** (0.027)
Separado	-0.201** (0.070)	-0.140*** (0.039)
Viudo	-0.210*** (0.044)	-0.141*** (0.027)
Unión libre	-0.114** (0.038)	-0.063** (0.021)
Soltero	-0.039 (0.027)	-0.016 (0.015)
Educación:		
E. Baja	-0.018 (0.026)	-0.016 (0.015)
E. Alta	0.064** (0.023)	0.021 (0.013)
Estado Empleo:		
Medio Tiempo	-0.060+ (0.032)	-0.014 (0.018)
Desempleado	-0.159*** (0.040)	-0.065** (0.021)
Retirado	0.028 (0.036)	0.028 (0.023)
Otros	-0.084** (0.031)	-0.056*** (0.017)
Tipo de Empleo:		
Público	0.092+ (0.043)	0.061* (0.023)
Privado	0.096* (0.040)	0.064** (0.021)
Autoempleado	-0.433*** (0.061)	-0.18*** (0.030)

	Resultados OLS (1)	Resultados Probit Ordinal (2)
Identificación Religiosa:		
No Religión	0.036 (0.040)	-0.008 (0.023)
Musulmanes	0.358*** (0.047)	0.218*** (0.027)
Cat.Romano	-0.048 (0.039)	-0.061** (0.022)
Ortodoxos	0.076+ (0.045)	0.01* (0.026)
Protestantes	0.336*** (0.045)	0.184*** (0.026)
Budistas	0.43*** (0.058)	0.215*** (0.034)
Sunies	1.224*** (0.080)	0.874*** (0.053)
Hindus	0.105 (0.092)	0.116* (0.046)
Ingresos:		
Ingreso2	-0.045 (0.054)	-0.111*** (0.033)
Ingreso3	-0.017 (0.049)	-0.105*** (0.030)
Ingreso4	-0.068 (0.048)	-0.144*** (0.029)
Ingreso5	-0.114+ (0.047)	-0.145*** (0.028)
Ingreso6	-0.181*** (0.049)	-0.204*** (0.029)
Ingreso7	-0.188*** (0.050)	-0.200*** (0.030)
Ingreso8	-0.324*** (0.057)	-0.237*** (0.033)
Ingreso9	-0.250** (0.083)	-0.201*** (0.047)
Ingreso10	-0.656*** (0.111)	-0.336*** (0.058)
Asistencia S.R:		
Alta	0.106*** (0.028)	0.066*** (0.016)
Media	-0.043 (0.036)	-0.026 (0.020)
Especial	0.063+ (0.027)	0.036+ (0.016)

	Resultados OLS (1)	Resultados Probit Ordinal (2)
Preocupación Trabajo:		
Mucha	-0.084** (0.031)	-0.09*** (0.019)
Moderada	-0.266*** (0.033)	-0.226*** (0.019)
Poca	-0.202*** (0.033)	-0.175*** (0.020)
Seguridad:		
Víctima Crimen	-0.259*** (0.037)	-0.118*** (0.019)
Confianza en el gobierno:		
Mucha	-0.016 (0.038)	-0.010 (0.021)
Moderada	0.109*** (0.029)	0.015 (0.016)
Poca	0.068** (0.028)	-0.004 (0.016)
Regiones:		
1	-0.181** (0.064)	-0.185*** (0.048)
3	0.015 (0.053)	-0.024 (0.041)
4	-0.617*** (0.054)	-0.414 (0.040)
5	0.016 (0.053)	-0.066 (0.042)
6	-0.598*** (0.079)	-0.564*** (0.050)
7	-0.872*** (0.071)	-0.579*** (0.046)
8	0.036 (0.068)	-0.126** (0.047)
9	-1.777*** (0.105)	-1.138*** (0.060)
10	0.114+ (0.061)	0.113* (0.047)
11	-1.74*** (0.070)	-0.727*** (0.045)
12	-0.783*** (0.058)	-0.599*** (0.042)
Años	SÍ	SÍ
Observaciones	48849	
VIF OLS	3.43	
R cuadrado OLS:	0.1033	
Pseudo R cuadrado OP:	0.0401	

Nota:

+p<0.1, *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

Los controles regionales tienen en su mayoría, exceptuando por América Latina y Europa Occidental, significancia sobre moral tributaria. Siendo Estados Unidos la categoría base, únicamente Asia Occidental que incluye a los siguientes países: Armenia, Azerbaiyán Georgia y Turquía reporta una influencia positiva hacia más moral tributaria. En el caso opuesto se encuentran: Asia del Sur, Sudeste Asiático, África, Asia Central, Países Árabes, Europa del Norte, Oceanía y Asia Oriental, que tienen una asociación negativa.

4.2. Efectos Marginales

Con la finalidad de obtener mayor precisión con respecto a la influencia de todas las variables hacia el reporte de un mayor nivel de moral tributaria, en la Tabla 3 se resume el efecto marginal de cada regresor sobre la probabilidad de reportar la categoría más alta de moral tributaria. Los datos deben ser interpretados en relación a la categoría omitida y suponiendo que todas las otras variables se mantienen fijas en su media.

De los efectos marginales se puede concluir que una de las categorías en las cuales hay mayor variación con respecto a los coeficientes son los controles regionales. El coeficiente más alto es el de Asia del Sur, dado que el ser ciudadano de un país dentro de esta región disminuye la probabilidad de reportar el máximo nivel de moralidad tributaria en un 41.44%. Esto se vincula con el hecho de que los países de Asia del Sur reportan la media más baja mundialmente sobre su grado de moralidad tributaria, lo cual a su vez es coherente con los altos montos de evasión de impuestos y la aceptación de la colocación de dinero en paraísos fiscales en India.

El análisis regional de Tax & Development (2013), realizado con datos de OECD basados en la Ola 5 del World Value Survey, encontró a la edad como el segundo factor

más influyente sobre la aversión a evadir impuestos con un coeficiente de 7.5% (2013). Por lo contrario, en los resultados presentados aquí el efecto de la edad es pequeño en relación a otras variables. Un incremento de un año de edad produce un aumento únicamente de 0.21% en la probabilidad más alta de moral tributaria, lo cual se justifica con la aplicación de mayor número de controles dentro de nuestro modelo. El coeficiente de ser mujer mantiene un comportamiento similar en relación a la investigación de Tax and Development. Para las mujeres la probabilidad de reportar una moral tributaria de 10 incrementa en un 3.29% en relación a los hombres, manteniendo las demás variables en su promedio.

La última categoría de ingreso, es decir las personas que perciben salarios en el último decil tienen 13.3% menos probabilidad de ver al acto de hacer trampa en los impuestos como una acción totalmente injustificable, en relación al grupo que menores ingresos percibe. Dicho comportamiento es consistente con el argumento de que los individuos con mayores ingresos deben pagar más impuestos, por lo cual pueden mostrar mayor tentación a la evasión de los mismos, o reaccionar de manera adversa hacia la imposición de tributos.

En relación a las religiones que no fueron desagregadas como categorías independientes, manteniendo a las otras variables constantes en su media, las personas Suníes tienen una probabilidad 27.57% mayor de pertenecer al grupo de moral tributaria 10, siendo el grupo religioso con un alto número de fieles que reporta el efecto más alto con la disposición hacia la recaudación de impuestos.

Tabla 3: Efectos Marginales del modelo OProbit sobre Moral Tributaria

	Efectos Marginales (3)
<i>Patriotismo (Orgullo):</i>	
Poco	0.048** (0.016)
Moderado	0.097*** (0.015)
Mucho	0.166*** (0.015)
Mujer	0.033*** (0.004)
Edad	0.002*** (0.000)
<i>Estado Marital:</i>	
Divorciado	-0.041*** (0.011)
Separado	-0.055*** (0.015)
Viudo	-0.055*** (0.011)
Unión libre	-0.025** (0.008)
Soltero	-0.006 (0.006)
<i>Educación:</i>	
E. Baja	-0.006 (0.006)
E. Alta	0.008 (0.005)
<i>Estado Empleo:</i>	
Medio Tiempo	-0.005 (0.007)
Desempleado	-0.025** (0.008)
Retirado	0.011 (0.009)
Otros	-0.022*** (0.007)
<i>Tipo de Empleo:</i>	
Público	0.023** (0.009)
Privado	0.025** (0.008)
Autoempleado	-0.071*** (0.012)

Nota:

+ $p < 0.1$, * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

Efectos Marginales	
(3)	
Religión:	
No Religión	-0.003 (0.009)
Musulmanes	0.083*** (0.010)
Cat.Romano	-0.024** (0.009)
Ortodoxos	0.0003 (0.010)
Protestantes	0.070*** (0.010)
Budistas	0.081*** (0.012)
Sunies	0.276*** (0.012)
Hindus	0.044* (0.017)
Ingresos:	
Ingreso2	-0.043*** (0.013)
Ingreso3	-0.041*** (0.012)
Ingreso4	-0.056*** (0.012)
Ingreso5	-0.056*** (0.011)
Ingreso6	-0.080*** (0.011)
Ingreso7	-0.078*** (0.012)
Ingreso8	-0.093*** (0.013)
Ingreso9	-0.079*** (0.019)
Ingreso10	-0.133*** (0.023)
Asistencia S.R:	
Alta	0.026*** (0.006)
Media	-0.010 (0.008)
Especial	0.014** (0.006)

Nota:

+ $p < 0.1$, * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

Efectos Marginales	
(3)	
<i>Preocupación Trabajo:</i>	
Mucha	-0.035*** (0.007)
Moderada	-0.088*** (0.008)
Poca	-0.069*** (0.008)
<i>Seguridad:</i>	
Víctima Crimen	-0.046*** (0.008)
<i>Confianza en el gobierno:</i>	
Mucha	-0.004 (0.008)
Moderada	0.006 (0.006)
Poca	-0.002 (0.006)
<i>Regiones:</i>	
1	-0.073*** (0.019)
3	-0.009 (0.016)
4	-0.163*** (0.016)
5	-0.026 (0.016)
6	-0.222*** (0.019)
7	-0.228*** (0.017)
8	-0.049** (0.018)
9	-0.414*** (0.017)
10	0.043* (0.018)
11	-0.283*** (0.017)
12	-0.235*** (0.016)
Años	SÍ
Observaciones	48849

Nota:

+ $p < 0.1$, * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

La coyuntura del país también tiene un efecto sobre la percepción sobre hacer trampa en los impuestos de los ciudadanos en comparación con otras variables. Conservando a todos los demás regresores con el valor de sus medias, los individuos que tienen una preocupación moderada de perder su trabajo presentan un 8.83% menos de probabilidad de formar parte del grupo con moral tributaria 10, en relación a quienes no se preocupan. Haber sido víctimas de crimen en el último año se asocia con una disminución en la probabilidad de presentar el nivel más alto de moral tributaria de un 4.6%. Los datos demuestran que las condiciones coyunturales como son la criminalidad y el peligro a caer en desempleo se relacionan con la percepción de los ciudadanos hacia la evasión de impuestos. Esto es confirmado con las palabras de Torgler en donde destaca que la moral hacia los tributos se percibe como un contrato social, el cual se rompe cuando los contribuyentes observan una injusticia (2005). Es así que la manera en la cual los ciudadanos observan que sus impuestos obtienen réditos dentro de sus actividades diarias puede ser percibido como parte del cumplimiento de ese contrato implícito entre el ciudadano y el Estado, produciendo una correlación positiva con mayor moral tributaria.

4.2.1. Análisis Progresivo del Efecto Marginal de Patriotismo

La Tabla 3 muestra el efecto marginal de las tres categorías de patriotismo (orgullo) sobre cada uno de los diez niveles reportados de moral tributaria. Por ejemplo, el coeficiente de -0.028 indica que manteniendo a las demás variables constantes en su media, la variable mucho patriotismo una disminución de 2.8% sobre la probabilidad de que la personas reporten un valor de 8 para moral tributaria, en relación a la categoría omitida (nada de patriotismo). En los datos se observa la existencia de una asociación significativa especialmente para las personas dentro del grupo de mucho orgullo con la

categoría más alta de moral tributaria. Sujeto a la media de las variables restantes, tener mucho orgullo hacia su país o nación se asocia con una probabilidad 16.58% más alta de poseer mayor moral tributaria. Este incremento de 16.58% que posee la categoría de mayor nivel de orgullo al analizar con respecto al grupo de moral tributaria 10 es consistente con la disminución que experimenta la correlación de la variable mucho orgullo con las otras 9 categorías restantes de moral tributaria. La disminución en la correlación es más notoria para las probabilidades de que moral tributaria tome valores de 6,7,8,9.

Es necesario recordar que si bien los datos muestran una asociación entre las dos variables analizadas (patriotismo y moral tributaria), condicional a las otras variables del modelo, esto no necesariamente implica causalidad, solo demuestra relación. Como fue mencionado en la sección de metodología, uno de los problemas fundamentales del modelo es que está expuesto a endogeneidad. Por lo cual, si bien más patriotismo influye sobre mayor moral tributaria, el efecto también puede darse en el sentido contrario. Por ello, al no capturar el efecto de las variables endógenas el coeficiente puede estar sesgado.

Tabla 4: Efectos Marginales Patriotismo

	<i>Prob (1)</i>	<i>Prob (2)</i>	<i>Prob (3)</i>	<i>Prob (4)</i>	<i>Prob (5)</i>	<i>Prob (6)</i>	<i>Prob (7)</i>	<i>Prob (8)</i>	<i>Prob (9)</i>	<i>Prob (10)</i>
Orgullo:										
Poco	-0.004	-0.002	-0.003	-0.004	-0.005	-0.008	-0.006	-0.009	-0.008	0.048
	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.003	0.002	0.003	0.003	0.016
Moderado	-0.008	-0.004	-0.007	-0.008	-0.009	-0.016	-0.013	-0.017	-0.015	0.097
	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.002	0.002	0.003	0.003	0.015
Mucho:	-0.015	-0.009	-0.012	-0.014	-0.017	-0.027	-0.021	-0.028	-0.022	0.166
	0.002	0.001	0.001	0.001	0.002	0.003	0.002	0.003	0.002	0.015

Conclusiones y recomendaciones

La revisión de la literatura existente en cuanto a tributos muestra una falta de análisis del patriotismo, especialmente a nivel regional. Algunos sectores con poca investigación en este ámbito son América Latina, África y Asia. A través de la aplicación de un Modelo Probit Ordinal a los datos de la Ola 6 del World Value Survey para 51 países, el presente trabajo contribuye a la comprensión de la relación entre patriotismo e impuestos a nivel mundial con un énfasis especial en la incorporación de controles regionales.

Parte de los aportes principales realizados es la metodología aplicada, puesto que se encuentran diferencias entre los resultados del Modelo Lineal y el Probabilístico Ordinal, por lo cual el análisis se desarrolló en base a los efectos marginales del segundo a diferencia de la investigación de Konrad y Qari cuyo análisis de resultados se enfoca en el modelo lineal. De esta manera, se ha podido concluir que la hipótesis planteada se cumple en la investigación, pues se presencia una relación positiva tanto en la regresión sin efectos marginales, como en el análisis de cada una de las categorías de orgullo sobre el incremento de la probabilidad de reportar mayor moral tributaria.

Pese a la existencia de endogeneidad, el hallazgo de similitud de resultados entre un modelo de Variable Instrumental con el Modelo Probabilístico, mencionado por Konrad y Qari, nos permite sugerir la existencia de causalidad entre moral tributaria y patriotismo. No obstante, se recomienda que la interpretación sea realizada en base a asociaciones, y que en futuras investigaciones se utilice un modelo de variable instrumental dentro de la metodología para tratar el problema mencionado. Se concluye que en comparación a no tener nada de patriotismo, tener poco, medio y mucho patriotismo se asocia positivamente con mayor moral tributaria. El coeficiente incrementa a

medida que se observa un aumento en el orgullo.

A partir del modelo se infiere que varios factores son significativos al momento de reportar mayor moral tributaria. Influyen positivamente ser mujer, tener una asistencia a servicios religiosos alta, ser protestante, musulmán, budista, suní o hindú, y el pertenecer a la región de Asia Occidental. En el caso contrario, influyen de forma negativa los siguientes factores: estar desempleado o reportar otro estado de empleo como amas de casa o estudiantes, ser un auto-empleado, pertenecer a la religión Católica Romana, percibir un mayor nivel de ingresos, estar preocupado de forma moderada por perder su trabajo, haber sido víctima de criminalidad en el último año, y pertenecer a las regiones de Asia del Sur, Sudeste Asiático, África, Asia Central, Países Árabes, Europa del Norte, Oceanía y Asia Oriental.

Como es posible observar, es justamente la diversidad en características económico-sociales y culturales lo que juega un rol significativo dentro de la pregunta de moral tributaria. Por ello, el hecho de la mayoría de respuestas se inclinaron a reportar una mayor moral tributaria nos lleva a pensar que la interpretación de la misma es el factor que en realidad fluctúa entre las regiones. Los resúmenes estadísticos resaltaron los contrastes entre las distintas regiones. La significancia de los controles regionales dentro del modelo, no hacen más que llamarnos a considerar el factor de la diversidad al momento de la realización de políticas públicas impositivas. Por esta razón, se recomienda para investigaciones posteriores y al momento de tomar decisiones dentro del campo tributario profundizar en un análisis sociológico y antropológico del comportamiento de los ciudadanos dentro de cada región.

Finalmente, al momento de utilizar esta investigación como una herramienta guía se sugiere tener en consideración el problema de endogeneidad entre la variable dependiente y la variable independiente de modelo, al igual que tener en mente el hecho de

que las respuestas pueden estar sujetas a sesgos en cuanto a las diferencias regionales al momento de interpretar orgullo o moralidad. De igual manera, es necesario ser cuidadosos con el uso de la información brindada en cuanto a patriotismo, pues la promoción de actividades pro patrióticas puede desencadenar también en connotaciones negativas, terminando en nacionalismo y en fanatismo.

Bibliografía

- Allen, C., Brown, M., Daintree, G., Durber, S., Hogg, A., Damon, M., & Frye, I. (2014). Tax for the common good -a study of tax and morality. *Christian Aid*.
- Andreoni, J., Erard, B., & Feinstein, J. (1998). Tax compliance. *Journal of Economic Literature*, 36(2), 818–860.
- BBC (2016). India tax evasion amnesty uncovers hidden billions. *BBC News*.
- Caro, L. & Stein, E. H. (2013). Ideology and taxation in latin america. *Banco Interamericano de Desarrollo*.
- Cepal (2016). Evasión fiscal en américa latina llega a 340.000 millones de dólares y representa 6,7
- Grijalva, D. & Vera, P. (2014). Motivación intrínseca y cooperación condicional en el pago de impuestos: Una perspectiva experimental. *SRI Fiscalidad*, 9, 52–94.
- Halla, M. & Schneider, F. G. (2013). Taxes and benefits: Two options to cheat on the state. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*.
- Heinemann, F. (2008). Is the welfare state self-destructive? a study of government benefit morale. *Kyklos*, 61(2), 237–257.
- Hill, J. A. (1894). The civil war income tax. *Quarterly Journal of Economics*, 8(4), 416–452.
- Jones, C. (1996). *Funding the Modern American State*, chapter Mass-based Income Taxation: Creating a Taxpaying Culture. New York: Cambridge University Press.

- Justo, M. (2015). Bbc mundo. los campeones de la evasión fiscal en el mundo.
- Konrad, K. A. & Qari, S. (2012). The last refuge of a scoundrel? patriotism and tax compliance. *Economica*, 79(315), 516–533.
- LaPorta, R. & Shleifer, A. (2014). Informality and development. *Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 109–126.
- Martinez-Vazquez, J. & Torgler, B. (2014). The evolution of tax morale in modern spain. *Journal of Economic Issues*, 43(1), 1–28.
- Naciones Unidas (2017). Countries or areas / geographical regions.
- Richardson, G. (2006). Determinants of tax evasion: A cross-country investigation. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 15, 150–169.
- Slemrod, J. (2007). Cheating ourselves: the economics of tax evasion. *Journal of Economic Perspectives*, 21(1), 25–48.
- Tax & Development (2013). What drives tax morale. *OECD. Better Policies for Better Life.*, 1–12.
- TNN (2017). 714 indians in paradise papers for skirting taxes. *The Times of India*.
- Torgler, B. (2003). Beyond punishment: A tax compliance experiment with taxpayers in costa rica. *Revista de Análisis Económico*, 18(1), 27–56.
- Torgler, B. (2005). Tax morale in latin america. *Public Choice Springer.*, 122(1-2), 133–157.

Torgler, B. & Schneider, F. (2007). What shapes attitudes toward paying taxes? evidence from multicultural european countries. *Social Science Quarterly*, 88(2), 443–470.

UNESCO (2017). Estados Árabes.

Webley, P. (2010). *Tax evasion : an experimental approach*, volume xvi. Cambridge: Cambridge University Press.

WorldValueSurvey (2017). WVS Wave 6 (2010-2014).

Anexos

7.1. Anexo 1: Distribución de Países a Nivel Regional

Tabla 5: Distribución de Países a Nivel Regional

<i>(1). Oceanía</i>			<i>(2). Norte América</i>			<i>(3). América Latina y Caribe</i>		
País	Observaciones	Año	País	Observaciones	Año	País	Observaciones	Año
Australia	939	2012	Estados Unidos	1340	2011	Trinidad y Tobago	790	2011
Nueva Zelanda	520	2011				Brasil	1090	2014
						Chile	620	2011
						Colombia	1279	2012
						México	1563	2012
						Perú	1035	2012
						Uruguay	646	2011
<i>(3). Europa del Norte</i>			<i>(4). Europa Occidental y Central</i>			<i>(5). Países Árabes</i>		
País	Observaciones	Año	País	Observaciones	Año	País	Observaciones	Año
Bielorrusia	1337	2011	Chipre	648	2011	Argelia	384	2013
Estonia	1292	2011	Países Bajos	1018	2012	Iraq	930	2012
Polonia	492	2012	España	809	2011	Jordania	480	2014
Romania	916	2012	Suecia	777	2011	Líbano	527	2013
Rusia	1500	2011				Libia	970	2014
Eslovenia	696	2011				Palestina	830	2013
Ucrania	1348	2011				Túnez	528	2013
						Yemen	494	2014
<i>(7). Asia Central</i>			<i>(8). Asia Oriental</i>			<i>(9). Asia del Sur</i>		
País	Observaciones	Año	País	Observaciones	Año	País	Observaciones	Año
Kazajistán	1398	2011	China	881	2012	India	954	2014
Kirguistán	1141	2011	Hong Kong	849	2012	Paquistán	393	2012
			Japón	1360	2010			
			Sur Corea	935	2010			
			Taiwán	829	2012			
<i>(10). Asia Occidental</i>			<i>(11). Sureste Asiático</i>			<i>(12). África</i>		
País	Observaciones	Año	País	Observaciones	Año	País	Observaciones	Año
Armenia	787	2011	Malasia	1059	2012	Ruanda	1258	2012
Azerbaiyán	760	2011	Filipinas	1074	2012	Zimbawe	1020	2012
Georgia	927	2014	Tailandia	430	2013	Sudáfrica	2584	2013
Turquía	719	2011	Singapur	1660	2012	Ghana	1029	2012
						Nigeria	1005	2011

La presente tabla describe la división regional basada en: *Countries or Area/ Geographical region de Naciones Unidas (2017)*. Incluye número de observaciones por país y año en el que se realizó la encuesta.

7.2. Anexo 2: Resumen Estadístico Variables

Tabla 6: Resumen Estadístico Variables Demográficas

Variables Demográficas												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Género (mujer)	[0, 1]											
Media	0.558	0.496	0.482	0.553	0.479	0.366	0.560	0.474	0.225	0.450	0.489	0.486
Mediana	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
sd	0.497	0.500	0.500	0.497	0.500	0.482	0.497	0.499	0.418	0.498	0.500	0.500
Edad												
Media	49.864	49.887	40.906	46.287	46.863	37.303	40.248	45.439	38.699	44.863	41.161	34.082
Mediana	51	51	39	46	46	35	39	45	37	44	41	31
sd	15.628	15.883	15.821	16.630	15.917	12.990	14.358	15.108	13.508	15.896	14.537	12.147
min	18	19	18	18	18	18	18	18	18	18	18	16
max	90	93	93	93	99	84	89	85	36	35	89	85
Observaciones	1458	1340	7023	7581	3252	5143	2539	4854	1347	3193	4223	6896

La tabla resume los indicadores estadísticos de las variables de control. Los números del 1-12 indican a cada una de las regiones.

Tabla 7: Resumen Estadístico Educación Alcanzada

Formación académica alcanzada													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Nivel de Educación	(1,3)												
Media		2.365	2.678	1.855	2.269	2.094	1.954	2.291	2.232	1.616	2.250	1.998	1.849
Mediana		3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
sd		0.742	0.486	0.723	0.599	0.782	0.818	0.608	0.669	0.709	0.625	0.727	0.620
Observaciones		1458	1340	7023	7581	3252	5143	2539	4854	1347	3193	4223	6896

La tabla resume los indicadores estadísticos de las variables de control. Los números del 1-12 indican a cada una de las regiones.

Tabla 8: Resumen Estadístico Estado Marital

	<i>Categorías Estado Marital</i>											
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>
Casado												
Media	0.597	0.622	0.388	0.535	0.522	0.655	0.685	0.701	0.725	0.664	0.637	0.440
Mediana	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0
sd	0.491	0.485	0.487	0.499	0.500	0.475	0.465	0.458	0.447	0.472	0.481	0.496
Soltero												
Media	0.155	0.151	0.266	0.160	0.220	0.299	0.147	0.215	0.124	0.179	0.267	0.389
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.362	0.359	0.442	0.366	0.414	0.458	0.354	0.411	0.330	0.384	0.442	0.488
Divorciado												
Media	0.056	0.094	0.033	0.078	0.060	0.089	0.059	0.036	0.022	0.040	0.015	0.020
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.230	0.292	0.178	0.285	0.238	0.130	0.236	0.186	0.148	0.196	0.122	0.141
Separado												
Media	0.019	0.014	0.058	0.017	0.028	0.004	0.009	0.005	0.015	0.008	0.014	0.018
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.137	0.118	0.234	0.130	0.164	0.067	0.097	0.069	0.121	0.086	0.117	0.133
Viudo												
Media	0.040	0.046	0.046	0.113	0.041	0.023	0.071	0.030	0.023	0.095	0.022	0.040
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.197	0.209	0.210	0.317	0.199	0.151	0.256	0.172	0.150	0.294	0.145	0.195
Unión Libre												
Media	0.132	0.072	0.208	0.085	0.129	0.001	0.029	0.012	0.091	0.013	0.045	0.092
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.339	0.259	0.406	0.279	0.336	0.037	0.168	0.109	0.287	0.115	0.208	0.290
Observaciones	1458	1340	7023	7581	3252	5143	2539	4854	1347	3193	4223	6896

La tabla resume los indicadores estadísticos de las variables de control. Los números del 1-12 indican a cada una de las regiones.

Tabla 9: Resumen Estadístico Estado de Empleo

	<i>Categorías Estado de Empleo</i>											
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>
Tiempo Completo												
Media	0.462	0.567	0.373	0.542	0.512	0.338	0.397	0.505	0.254	0.388	0.445	0.290
Mediana	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0
sd	0.499	0.496	0.484	0.498	0.500	0.473	0.489	0.500	0.435	0.487	0.497	0.454
Medio Tiempo												
Media	0.181	0.117	0.100	0.073	0.127	0.156	0.158	0.106	0.174	0.088	0.097	0.084
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.385	0.322	0.300	0.260	0.333	0.362	0.365	0.308	0.379	0.283	0.296	0.277
Desempleado												
Media	0.028	0.033	0.103	0.037	0.080	0.071	0.071	0.034	0.079	0.125	0.065	0.196
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.165	0.178	0.303	0.189	0.271	0.257	0.257	0.181	0.269	0.331	0.247	0.397
Retirado												
Media	0.176	0.172	0.096	0.230	0.128	0.072	0.108	0.116	0.042	0.168	0.064	0.036
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.381	0.377	0.294	0.421	0.334	0.259	0.310	0.320	0.200	0.374	0.245	0.185
Otros												
Media	0.087	0.070	0.172	0.075	0.098	0.210	0.164	0.146	0.238	0.097	0.138	0.120
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.282	0.255	0.377	0.263	0.298	0.407	0.371	0.354	0.426	0.296	0.345	0.325
Observaciones	1458	1340	7023	7581	3252	5143	2539	4854	1347	3193	4223	6896

La tabla resume los indicadores estadísticos de las variables de control. Los números del 1-12 indican a cada una de las regiones.

Tabla 10: Resumen Estadístico Tipo de Empleo

	<i>Categorías Tipo de Empleo</i>											
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>
Empleo Público												
Media	0.308	0.275	0.175	0.512	0.280	0.367	0.392	0.190	0.226	0.484	0.191	0.149
Mediana	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.462	0.446	0.380	0.500	0.449	0.482	0.488	0.392	0.418	0.500	0.393	0.356
Empleo Privado												
Media	0.608	0.622	0.676	0.448	0.677	0.384	0.476	0.684	0.623	0.495	0.716	0.557
Mediana	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1
sd	0.488	0.485	0.468	0.497	0.468	0.486	0.500	0.465	0.485	0.500	0.451	0.497
Auto-empleado												
Media	0.000	0.000	0.119	0.000	0.000	0.207	0.000	0.052	0.000	0.000	0.000	0.175
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.000	0.000	0.324	0.000	0.000	0.405	0.000	0.221	0.000	0.000	0.000	0.380
Empleo Privado SFL												
Media	0.084	0.103	0.030	0.040	0.044	0.042	0.132	0.075	0.151	0.020	0.093	0.119
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.278	0.304	0.172	0.196	0.204	0.200	0.338	0.264	0.359	0.140	0.290	0.324
Observaciones	1458	1340	7023	7581	3252	5143	2539	4854	1347	3193	4223	6896

La tabla resume los indicadores estadísticos de las variables de control. Los números del 1-12 indican a cada una de las regiones.

Tabla 11: Resumen Estadístico Religión

	<i>Categorías Religión</i>											
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>
No Religión												
Media	0.418	0.301	0.209	0.244	0.372	0.000	0.123	0.554	0.000	0.022	0.108	0.120
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
sd	0.493	0.459	0.407	0.430	0.483	0.000	0.329	0.497	0.000	0.147	0.311	0.325
Musulmanes												
Media	0.009	0.002	0.009	0.014	0.088	0.753	0.683	0.001	0.097	0.461	0.237	0.076
Mediana	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
sd	0.094	0.047	0.093	0.117	0.284	0.431	0.466	0.038	0.296	0.499	0.425	0.264
Católico Romano												
Media	0.200	0.216	0.555	0.159	0.231	0.031	0.006	0.041	0.009	0.002	0.208	0.250
Mediana	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.400	0.411	0.497	0.366	0.421	0.175	0.079	0.198	0.094	0.043	0.406	0.433
Ortodoxos												
Media	0.014	0.001	0.001	0.536	0.101	0.017	0.173	0.035	0.020	0.277	0.000	0.025
Mediana	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.116	0.039	0.024	0.499	0.302	0.130	0.379	0.183	0.140	0.448	0.000	0.155
Protestantes												
Media	0.119	0.316	0.078	0.026	0.002	0.001	0.005	0.062	0.025	0.001	0.047	0.321
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.323	0.465	0.268	0.158	0.046	0.037	0.069	0.241	0.157	0.025	0.212	0.467
Budistas												
Media	0.011	0.003	0.001	0.001	0.001	0.000	0.001	0.226	0.047	0.000	0.246	0.002
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.104	0.055	0.029	0.034	0.035	0.000	0.028	0.418	0.211	0.018	0.430	0.047
Sunies												
Media	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.185	0.000	0.000	0.267	0.000	0.000	0.000
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.388	0.000	0.000	0.443	0.000	0.000	0.000
Hindus												
Media	0.005	0.001	0.022	0.000	0.001	0.000	0.001	0.006	0.487	0.000	0.046	0.008
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.069	0.027	0.146	0.016	0.035	0.000	0.034	0.080	0.500	0.000	0.210	0.091
Otras Religiones												
Media	0.224	0.160	0.126	0.019	0.203	0.012	0.008	0.075	0.048	0.236	0.107	0.198
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.417	0.366	0.332	0.138	0.402	0.111	0.088	0.263	0.213	0.425	0.309	0.398
Observaciones	1458	1340	7023	7581	3252	5143	2539	4854	1347	3193	4223	6896

La tabla resume los indicadores estadísticos de las variables, de control. Los números del 1-12 indican a cada una de las regiones.

Tabla 12: Resumen Estadístico Características Económicas

<i>Características Económicas</i>												
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>
Ingreso	[1-10]											
Media	5.558	5.405	4.509	4.605	4.974	5.111	5.385	4.632	5.044	4.646	5.364	5.239
Mediana	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5
sd	2.333	1.749	2.154	1.826	1.965	2.058	2.008	2.137	2.490	1.974	2.092	2.035
Preocupación Trabajo	[1-4]											
Media	2.182	2.219	3.205	2.723	2.327	2.954	3.241	3.009	3.090	3.267	3.073	3.270
Mediana	2	2	4	3	2	3	4	3	3	4	3	4
sd	1.055	1.056	1.078	1.140	1.135	1.132	0.965	0.966	1.026	0.998	1.044	1.023
Víctima Crimen	[0-1]											
Media	0.112	0.082	0.178	0.045	0.065	0.060	0.046	0.048	0.266	0.022	0.061	0.134
Mediana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sd	0.315	0.275	0.383	0.208	0.246	0.238	0.210	0.215	0.442	0.145	0.240	0.340
Confianza en el gobierno	[1-4]											
Media	2.299	2.216	2.211	2.178	2.282	2.165	2.772	2.544	2.582	2.527	2.777	2.524
Mediana	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
sd	0.777	0.712	0.932	0.874	0.836	1.024	0.885	0.847	0.992	0.995	0.822	0.932
Observaciones	1458	1340	7023	7581	3252	5143	2539	4854	1347	3193	4223	6896

La tabla resume los indicadores estadísticos de las variables de control. Los números del 1-12 indican a cada una de las regiones.

7.3. Anexo 3: Preguntas Ola 6 WVS

Tabla 13: Encuesta
Preguntas utilizadas Encuesta WVS OLA 6
1) Sexo del entrevistado (Anotar sin preguntar):
1. Hombre
2. Mujer
2) ¿Puede usted decirme por favor el año en que nació?
(Anote la edad en dos dígitos).
Esto significa que tiene () años de edad
3) Actualmente está usted:
1. Casado
2. Vive en Union Libre
3. Divorciado
4. Separado
5. Viudo
6. Soltero
4) ¿Hasta qué grado de educación recibió?
1. Ninguno
2. Algo de primaria
3. Primaria terminada
4. Bachillerato no terminado: tipo vocacional/técnico
5. Bachillerato terminado: tipo vocacional/técnico
6. Bachillerato no terminado: tipo académico
7. Bachillerato terminado: tipo académico
8. Alguna educación universitaria, sin título
9. Universidad terminada, con título
5) ¿Está ud. actualmente empleado o no?
(Si responde, "SI") ¿Cuántas horas a la semana?
(Si tiene más de un trabajo: solo en el trabajo principal)
1. 30 horas a la semana o más
2. Menos de 30 horas a la semana
3. Trabaja por su cuenta
4. Jubilado/pensionado
5. Ama de casa que no tiene otro empleo
6. Estudiante
7. Desempleado
8. Otro (ESPECIFIQUE)

Preguntas utilizadas Encuesta WVS OLA 6

6) ¿Usted trabaja en el gobierno o sector público, para una empresa o negocio privado, o para una organización privada no lucrativa?

Si actualmente no trabaja, caracterice su trabajo más importante del pasado.

1. Para el Gobierno o sector público
2. Para una empresa o negocio privado
3. Para una organización privada no lucrativa.
4. Autoempleado

7) ¿Pertenece Ud. a alguna religión o grupo religioso?

(SI) ¿A cuál? (Codifique de acuerdo a la lista.

Codifique 0 si no pertenecen a la denominación)

0. No
1. Católico
2. Cristiano
3. Protestante
4. Evangelista
5. Judío
6. Musulmán
7. Hindú
8. Budista
9. Otro (ESCRIBA)

8) Excluyendo bodas y funerales, ¿Con qué frecuencia asiste usted a servicios religiosos actualmente?

1. Más de una vez por semana
2. Una vez por semana
3. Una vez al mes
4. Otros días festivos
5. Una vez al año
6. Con menor frecuencia
7. Nunca, casi nunca

9) Esta es una escala de ingresos donde 1 representa el grupo de ingresos más bajos y 10 el grupo de ingresos más alto, y queremos que nos diga en cuál queda comprendido su hogar, contando todos los sueldos, salarios, pensiones y demás ingresos que entren a él.

01 02 03 04 05 06 07 08 09 10

Preguntas utilizadas Encuesta WVS OLA 6

10) Qué tanto le preocupan las siguientes situaciones:

Perder el trabajo o no encontrar trabajo.

1. Mucho
2. Bastante
3. Poco
4. Nada

11) ¿Ha sido víctima de algún hecho delictual durante el último año?

1. Sí
2. No

12) Le voy a decir el nombre de algunas organizaciones.

Para cada una ¿podría decirme cuánta confianza tiene en ellas?

Gobierno de la República

1. Mucha
 2. Algo
 3. Poco
 4. Nada
-