

Organizadores:

Daiane Pavan, Gilvane Scheren, Graciele Tonial, Ieda Margarete Oro,
Marcia Marcondes Diniz de Freitas, Mauro Batista Neto

ANÁLISE DAS AÇÕES DE FISCALIZAÇÃO TRIBUTÁRIA SOB A PERSPECTIVA DE EMPRESÁRIOS CONTADORES.



© 2023 Editora Unoesc
Direitos desta edição reservados à Editora Unoesc
É proibida a reprodução desta obra, de toda ou em parte, sob quaisquer formas ou por
quaisquer meios, sem a permissão expressa da editora.
Fone: (49) 3551-2000 - Fax: (49) 3551-2004 - www.unoesc.edu.br - editora@unoesc.edu.br

Editora Unoesc

Coordenação
Tiago de Matia

Agente administrativa: Simone Dal Moro
Revisão linguística e metodológica: Paula Stechenski Zaccaron
Projeto gráfico e capa: Saimon Vasconcellos Guedes
Diagramação: Saimon Vasconcellos Guedes

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

A532	Análise das ações de fiscalização tributária sob a perspectiva de empresários contadores / organizadores: Daiane Pavan ... [et al.]. – Joaçaba, SC: Editora Unoesc, 2023. 80 p. ; 23 cm. ISBN: 978-85-98084-56-5 Inclui bibliografias 1. Brasil. Departamento da Receita Federal. 2. Contadores. 3. Repartições públicas. 4. Administração pública. I. Pavan, Daiane, (org.). CDD 657.092
------	---

Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca da Unoesc de Joaçaba

Universidade do Oeste de Santa Catarina – Unoesc

Reitor

Ricardo Antonio De Marco

Vice-reitores de Campi

Campus de Chapecó
Carlos Eduardo Carvalho
Campus de São Miguel do Oeste
Vitor Carlos D'Agostini
Campus de Videira
Carla Fabiana Cazella
Campus de Xanxerê
Genesio Téo

Pró-reitora de Ensino
Lindamir Secchi Gadler

Pró-reitor de Pesquisa, Pós-
Graduação, Extensão e Inovação
Kurt Schneider

Diretor Executivo
Jarlei Sartori

Conselho Editorial

Tiago de Matia
Sandra Fachineto
Aline Pertile Remor
Lisandra Antunes de Oliveira
Marilda Pasqual Schneider
Claudio Luiz Orço
Ieda Margarete Oro

Silvio Santos Junior
Carlos Luiz Strapazzon
Wilson Antônio Steinmetz
César Milton Baratto
Marconi Januário
Marceli Maccari
Daniele Cristine Beuron



ANÁLISE DAS AÇÕES DE FISCALIZAÇÃO TRIBUTÁRIA SOB A PERSPECTIVA DE EMPRESÁRIOS CONTADORES

ORGANIZADORES

Daiane Pavan

Gilvane Scheren

Graciele Tonial

Ieda Margarete Oro

Marcia Marcondes Diniz de Freitas

Mauro Batista Neto

COLABORADORES

Angela Pradeiczuk (Chapecó)

Cátia Wirth (Joaçaba)

Denivan Lucas Dal Berto (Xanxerê)

Geovana Paula Pantano (Xanxerê)

Giovana Pagani (Xanxerê)

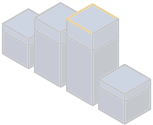
Herberton Ramos (Joaçaba)

Joana Zanchet (Chapecó)

Kassandra Meira Lopes (Joaçaba)

Ricardo Luiz Brunetto (Xanxerê)

Welson Vitor Colpani (Chapecó)



INFORMAÇÕES SOBRE O PROJETO

A pesquisa foi viabilizada a partir de uma solicitação da Receita Federal do Brasil (RFB) – Delegacia Regional de Joaçaba junto à Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc), por meio da parceria com o Núcleo de Apoio Contábil e Fiscal (NAF) da Unoesc.

A pesquisa foi coordenada pelo Programa de Pós-graduação em Administração (PPGA), pelo Doutorado Acadêmico e Mestrado Profissional em Administração, juntamente com o NAF da Unoesc e pelo curso de Graduação de Ciências Contábeis de Chapecó, Joaçaba e Xanxerê, no período de março de 2022 a outubro de 2023.

O tema surgiu da demanda de entendimento da percepção das ações de fiscalização tributária sobre o órgão público com a finalidade de criar estratégias de aproximação junto ao cidadão e melhoria da imagem da entidade. Diante de vários públicos de contribuintes, foi escolhido o empresário contador, que tem como escopo de atendimento tanto pessoas físicas quanto jurídicas.





SUMÁRIO

ORGANIZADORES	3
COLABORADORES	3
INFORMAÇÕES SOBRE O PROJETO	4
PREFÁCIO	9
APRESENTAÇÃO	11
INTRODUÇÃO	14
CAPÍTULO 1 – REVISÃO TEÓRICA	17
1.1 REPUTAÇÃO CORPORATIVA	17
1.2 PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DO SERVIÇO: UMA ANÁLISE SERVQUAL DA SATISFAÇÃO	21
1.3 REGULAÇÃO FISCAL FEDERAL: PERCEPÇÃO DA FISCALIZAÇÃO E DESEMPENHO	26
1.4 CONSTRUCTOS TEÓRICOS	33
CAPÍTULO 2 – MÉTODO	35
CAPÍTULO 3 – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	38
3.1 REPUTAÇÃO CORPORATIVA	38
3.2 REGULAÇÃO FISCAL FEDERAL: PERCEPÇÃO DA FISCALIZAÇÃO E DO DESEMPENHO	52
3.3 PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DO SERVIÇO: UMA ANÁLISE SERVQUAL DA SATISFAÇÃO	56



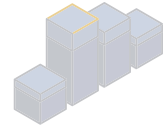
CAPÍTULO 4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS	65
AGRADECIMENTOS	67
APÊNDICES	77

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Fatores que compõem a dimensão Reputação Corporativa.....	21
Quadro 2 - Dimensões da Escala Servqual	23
Quadro 3 - Atuação da fiscalização da RFB	32
Quadro 4 - Dimensões e fatores da pesquisa	34

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Reputação Corporativa: gerenciamento	39
Gráfico 2 - Reputação corporativa: seriedade	41
Gráfico 3 - Reputação Corporativa: ética	42
Gráfico 4 - Reputação Corporativa: relacionamento.....	45
Gráfico 5 - Reputação Corporativa: liderança.....	46
Gráfico 6 - Reputação Corporativa: responsabilidade social	48
Gráfico 7 - Reputação Corporativa: inovação	50
Gráfico 8 - Desempenho operacional: fiscalização	53
Gráfico 9 - Desempenho operacional: desempenho	55
Gráfico 10 - Servqual: tangibilidade	57
Gráfico 11 - Servqual: confiabilidade	58
Gráfico 12 - Servqual: presteza.....	60
Gráfico 13 - Servqual: segurança	62
Gráfico 14 - Servqual: empatia.....	63



PREFÁCIO

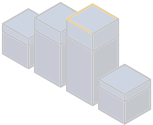
Com grande satisfação escrevo este prefácio para o e-book intitulado “Análise das Ações de Fiscalização Tributária sob a Perspectiva de Empresários Contadores”. Esta obra é um testemunho de mais uma relevante colaboração entre as instituições Delegacia da Receita Federal de Joaçaba/SC e Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc), com a valiosa cooperação dos profissionais da contabilidade.

A estrutura normativa tributária no Brasil e seu arcabouço legislativo, por sua abrangência e complexidade, estão em constante evolução e aperfeiçoamento. O cumprimento dessas leis é uma tarefa crucial para o sucesso e a sobrevivência das empresas. Nesse contexto, a fiscalização tributária desempenha um papel vital, pois visa garantir a justa arrecadação de tributos e coibir práticas ilegais.

Este trabalho é uma importante contribuição para a compreensão das ações de fiscalização tributária sob uma perspectiva única e essencial: a dos empresários contadores. Esses profissionais desempenham um papel estratégico na gestão empresarial, auxiliando as organizações a atingirem seus objetivos financeiros, ao mesmo tempo em que cumprem com suas obrigações fiscais.

Este e-book não é apenas um recurso essencial para servidores do fisco, contadores e empresários, mas também para estudantes, professores e profissionais interessados na compreensão mais aprofundada da relação fisco-contribuinte. Especialmente frente ao processo de trabalho da fiscalização tributária de pessoas jurídicas.





A obra é resultado do comprometimento e da expertise dos profissionais de primeira linha da Unoesc e da colaboração dos contabilistas de diversos municípios do Oeste de Santa Catarina.

Não tenho dúvidas de que este material servirá como substrato ao direcionamento estratégico de diversas áreas de interesse da Receita Federal do Brasil (RFB).

Parabéns aos autores por esta importante contribuição à literatura contábil e tributária.





APRESENTAÇÃO

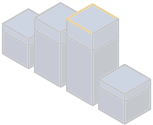
Caro leitor, este estudo pretende contribuir para a sua compreensão ampliada do serviço público, que, por um lado, está vinculado aos limites legais, e, por outro lado, tem empreendido significativos avanços digitais nos últimos anos. E, entremeio a leis e estrutura pública, estão as relações entre a administração pública tributária, o contribuinte e aqueles que buscam entender o sistema tributário, porquanto anseiam por soluções temporais e materiais eficazes, com o mínimo de ônus possível. Diante desse cenário, verifica-se a necessidade de estudos embasados na credibilidade científica, com metodologias justificadas e dados empíricos sobre os temas.

A pesquisa e análise das ações de fiscalização tributária sob a perspectiva de empresários contadores foi coordenada pelo Programa de Pós-graduação em Administração (PPGA), pelo Doutorado Acadêmico e Mestrado Profissional em Administração, juntamente com a colaboração do Núcleo de Apoio Contábil e Fiscal (NAF) da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc) e pelo curso de Graduação de Ciências Contábeis de Chapecó, Joaçaba e Xanxerê, no período de fevereiro de 2022 a outubro de 2023.

A pesquisa foi viabilizada a partir de uma solicitação da Receita Federal do Brasil (RFB) - Delegacia Regional de Joaçaba junto à Unoesc, por meio da parceria com o NAF da Unoesc.

Nesse esforço conjunto, unem-se o Programa de Mestrado e Doutorado em Administração da Unoesc, o NAF Unoesc e os cursos de Ciências Contábeis de Chapecó, Joaçaba e Xanxerê, por seus docentes e discentes, para efetivar a pesquisa de campo, dedicados





ao aprofundamento temático e à proposição de soluções, visando à compreensão sobre a relação entre a RFB e o contribuinte.

Destaca-se que a parceria entre a Unoesc e a RFB-DRJ, iniciada em 2016, com a implementação do primeiro Núcleo de Apoio Contábil e Fiscal em Santa Catarina, consolidou-se com presença do NAF Unoesc em todos os campi da Universidade.

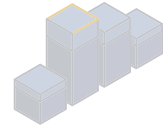
Desde então, essa convergência de objetivos tem ensejado inúmeras ações e atividades de caráter eminentemente social, realizadas junto à comunidade do Meio-Oeste e Oeste catarinense. Destacam-se, especialmente, projetos relacionados à cidadania fiscal, ao atendimento gratuito à comunidade, incentivo à pesquisa e empreendedorismo social e sustentabilidade. Como Universidade Comunitária, esses temas estão intrínsecos ao ensino, à pós-graduação, extensão e inovação, de forma amigável e intervencionista.

A abrangência dessas ações estende-se tanto à comunidade interna quanto externa, por meio do corpo docente e discente, que trabalham em ensino, extensão e pesquisa, por meio da inserção em escolas públicas e privadas, do Ensino Fundamental e Médio, bem como em relação às entidades de classes profissionais e aos observatórios sociais locais.

O fortalecimento dessas ações colaborativas tem apresentado resultados relevantes no cenário nacional, em que a Unoesc figura entre as três primeiras universidades, entre mais de quatrocentas, em número de ações de cidadania fiscal.

A RFB desempenha um papel fundamental como órgão de Estado, em que evidencia a sua legitimidade e capacidade arrecadatória, justificada pelos compromissos de fornecer e manter





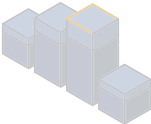
serviços e infraestrutura para a sociedade brasileira. Ao mesmo tempo, não se isenta de atuar nos pilares da sustentabilidade socioeconômica e ambiental, de forma mais proativa junto às Instituições de Ensino Superior (IES) e entidades de classes profissionais.

Dessa forma, o novo paradigma de governança pública tem na colaboratividade institucional a sua força, envidando a participação institucional e coletiva, como base para o exercício da cidadania democrática, justa e solidária.

Com efeito, este estudo representa um tributo ao compromisso de melhoria contínua da gestão pública, por soluções que beneficiem tanto o Estado quanto os cidadãos. Reconhecemos a importância do engajamento e da cooperação entre instituições acadêmicas e órgãos governamentais, como a RFB, para o avanço do conhecimento e da prática na área pública.

Esperamos contribuir com informação para decisões eficazes no âmbito do serviço público, agradecemos a todos que tornaram este projeto possível e esperamos também que subsidie novos estudos, por entidades, acadêmicos, profissionais e cidadãos preocupados com o aprimoramento contínuo do setor público do Brasil.





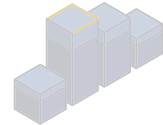
INTRODUÇÃO

A tributação encontra-se presente na sociedade desde os primórdios. No Brasil, o marco dessa relação arrecadatória foi em 1988, com a Constituição Federal, na qual os entes federativos exercem a competência tributária, que por meio de tributos têm a principal fonte de receita do Estado para o custeio das obrigações administrativas, assegurando o respeito, a justiça e a harmonia social (SANTOS, 2019). Outrossim, existe uma abordagem tradicional da RFB, também exercida pela maioria dos fiscos do Brasil, que utiliza a fiscalização seguida de autuação, aplicações de multas e outras sanções como principais ferramentas para pressionar o contribuinte a cumprir com suas obrigações tributárias (LAMADRID, 2020).

Nesse contexto, este estudo delimita-se para o campo do fisco federal, responsável pela arrecadação dos tributos federais e sua administração, com o propósito de destiná-los em benefícios e desenvolvimento da sociedade. Portanto, objetivou-se analisar as ações de fiscalização tributária sob a perspectiva de empresários contadores, tendo como foco os serviços da RFB.

Para a realização do objetivo, optou-se por diversas abordagens teóricas, entre elas a reputação corporativa, a avaliação da satisfação dos serviços pela abordagem Servqual e a regulação fiscalizatória. A abordagem desse tema surgiu da necessidade de compreender a percepção do contribuinte sobre o ato fiscalizatório do órgão fiscal federal, com o propósito de formular estratégias que promovam a construção de uma imagem mais empática, de disseminação de conhecimento e de aproximação junto ao contribuinte. E assevera que o contribuinte não atribui falha





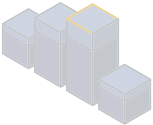
às leis tributárias, com o legislador distante, mas, sim, ao servidor da Fazenda Pública, seja federal, estadual ou municipal.

A fim de promover a percepção da reputação corporativa por meio das ações fiscalizatórias na extensão do próprio fisco, como uma realidade institucional, na qual as pessoas cumpram as normas devido ao conhecimento de seu caráter jurídico, e não exclusivamente ao poder coercitivo das autoridades que as impõem, é necessário estabelecer um maior entendimento. Isso significa dizer que as normas em vigor devem, na medida máxima possível, refletir as normas que as pessoas sujeitas a elas desejariam que existissem (MACHADO SEGUNDO, 2010). Como desdobramento disso, tem-se a capacidade de uma sociedade em definir regras sociais e econômicas claras e estáveis refletidas nos indicadores da relação de desenvolvimento econômico e qualidade das instituições.

Diante dessa problemática, tem-se como questão de pesquisa para o estudo: qual a percepção do empresário contador em relação às ações de fiscalização de pessoas jurídicas do Oeste catarinense pela Receita Federal do Brasil? Para responder a esse questionamento, tem-se como objetivo geral: compreender a percepção do contador em relação às ações fiscalizatórias de pessoas jurídicas do Oeste catarinense pelo fisco federal.

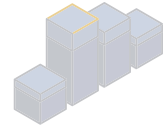
Para atender a este objetivo, adotou-se a abordagem quantitativa, caracterizada como exploratória e descritiva, o método adotado foi de levantamento do tipo survey e como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário com perguntas fechadas, em que as análises estatísticas descritivas possibilitam a visualização dos resultados da pesquisa, por meio de análises de médias das respostas.





Este documento apresenta-se dividido em três capítulos. Após esta introdução, o capítulo um refere-se à revisão teórica do tema, especialmente nas dimensões tratadas de reputação institucional, a percepção da qualidade do serviço e a regulação fiscal federal. Em seguida, apresenta-se o capítulo dois que trata dos métodos de pesquisa, seguido do capítulo três que apresenta a discussão e as análises de resultados, e por último o capítulo quatro com as considerações finais.





CAPÍTULO 1 – REVISÃO TEÓRICA

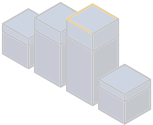
1.1 REPUTAÇÃO CORPORATIVA

A Reputação Corporativa é um tema que tem sido discutido e pesquisado de forma recorrente na área da gestão (THOMAZ; BRITO, 2010) e está inserido no campo mais amplo de estudos sobre reputação em geral, com origens nas áreas da economia, dos estudos organizacionais e do marketing (VEH; GÖBEL; VOGEL, 2019).

Trata-se de um campo de estudo multidisciplinar que se concentra na análise, medição e gestão da reputação de uma organização, pública ou privada. Refere-se à percepção geral do público, incluindo clientes, investidores, funcionários, comunidades e outros stakeholders, em relação às ações, aos comportamentos, ao desempenho e à comunicação da organização (GARDBERG; FOMBRUN, 2002). Da mesma forma, Vance e Angelo (2007) afirmam que pode ser utilizada para avaliar a percepção de uma organização por suas partes interessadas, incluindo clientes, funcionários, investidores e público em geral.

Trata-se de um ativo intangível relevante para instituições, por evidenciar vantagem competitiva. As vantagens que uma boa reputação podem oferecer a diferentes grupos de partes interessadas está atrelada a um melhor desempenho (VEH; GÖBEL; VOGEL, 2019; VANCE; ANGELO, 2007). Com o mesmo entendimento, Ferreira, Medeiros e Silva (2015) ressaltam que as empresas devem estar sempre vigilantes para as práticas institucionalizadas.



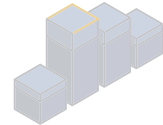


Por isso, a Reputação Corporativa é reconhecida como importante estratégia das empresas para atingir metas de negócios e permanecer competitiva. Uma reputação não adequada pode prejudicar a fidelidade dos funcionários e dos clientes, ameaçar o bem-estar financeiro de uma empresa e até mesmo sua viabilidade (ARGENTI; DRUCKENMILLER, 2003). E pode afetar significativamente o valor das ações e a capacidade de atrair e reter funcionários excelentes (KITCHEN; LAURENCE, 2003). Dessa forma, dentro da nova gestão pública ou da governança, a reputação demonstra um bom desempenho em indicadores que a sociedade valoriza.

A Reputação Corporativa é considerada um aspecto complexo e difícil de gerenciar diretamente (DAVIES *et al.*, 2001), e pode ser influenciada pelo gerenciamento de fatores que contribuem para sua formação. Por exemplo, o comportamento dos membros da organização molda a reputação da organização internamente entre as partes interessadas. Thomaz e Brito (2010) ressaltam que o comportamento diário dos membros de uma organização gera imagens que são percebidas pelos seus membros. Essas imagens refletem a conduta da organização e contribuem para a formação de sua reputação nas pessoas interessadas.

Ressalta-se que Ferreira, Medeiros e Silva (2015) entendem que a imagem e a identidade corporativa são derivadas diretamente da reputação das organizações. No que se refere à imagem corporativa, podem coexistir a interna exarada pelo público interno, a real que reflete a efetiva imagem da corporação e a pretendida que a organização gostaria de ter refletida (VILLAFANE, 1998). Para Costa (2001, p. 218-219), a identidade corporativa refere-se a um sistema de comunicação que, diante da diversidade corporativa, está contido na estratégia empresarial, e por isso “se estende





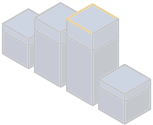
y está presente en todas sus manifestaciones, producciones, propiedades y actuaciones.” De forma que, pode-se inferir que a Reputação Corporativa tem como base a relação entre as ações e a comunicação institucional com os diversos públicos, que preliminarmente formam uma imagem organizacional, os quais inter-relacionados se transformam em Reputação Corporativa.

Para Thomaz e Brito (2010), a reputação pode ser estudada nos aspectos de identidade corporativa, identidade organizacional e identificação. A identidade corporativa refere-se à forma como uma empresa se apresenta ao público, incluindo sua comunicação visual e verbal. A identidade organizacional refere-se aos valores, às crenças e suposições compartilhados que definem a cultura de uma organização. Identificação é a percepção da união de um indivíduo com um grupo ou a de pertencer a um determinado grupo (THOMAZ; BRITO, 2010).

No estudo de Thomaz e Brito (2010, p. 244), “os coeficientes entre comunicação corporativa e identificação corporativa, com seus três componentes, é positivamente correlacionada à identificação organizacional.” O estudo também descobriu que a comunicação organizacional e a comunicação gerencial estão correlacionadas com a reputação. Nesse ponto, os esforços gerenciais relacionados à comunicação eficaz podem contribuir decisivamente para aumentar o grau de identificação, reforçando indiretamente a identidade organizacional, e, conseqüentemente, aumentando a reputação da organização.

Para Gotsi e Wilson (2001), a importância da Reputação Corporativa é essencial para as organizações, pois afeta sua capacidade de atrair e reter clientes, investidores e funcionários. Uma reputação positiva pode ajudar as organizações a enfrentarem





crises e eventos negativos. Ainda, na concepção de Vance e Angelo (2007), a distinção entre Reputação Corporativa e imagem corporativa, justamente no gerenciamento da reputação com base em ações substanciais e responsáveis, pode orientar as organizações na adoção de abordagens mais autênticas e éticas para o gerenciamento da reputação.

Baraibar-Diez e Sotórrio (2018) examinaram o efeito mediador da transparência na relação entre responsabilidade social corporativa (RSC) e confiança corporativa. Os resultados mostram que a transparência é mediadora significativa. O artigo destaca a importância da transparência além da divulgação, enfatizando que as informações devem atender a certos critérios, como relevância, compreensão e pontualidade.

Gardberg e Fombrun (2002) validaram uma escala de 32 itens para medir e quantificar a reputação corporativa em diversos ambientes. A escala trata-se de uma medida abrangente e válida de Reputação Corporativa e pode ser usada em pesquisa e prática. A escala foi desenvolvida por meio de uma revisão das medidas existentes, grupos focais e testes-piloto. O objetivo do desenvolvimento da escala é medir e comparar a Reputação Corporativa em diferentes países. Na sequência, as variáveis que integram a escala.





Quadro 1 – Fatores que compõem a dimensão Reputação Corporativa

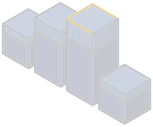
Gerenciamento	Avalia a forma como a empresa é gerenciada e regulamentada, incluindo a transparência nas operações, a eficácia dos órgãos controladores e o cumprimento das leis e regulamentos.	Thomaz e Brito (2010)
Ética empresarial	Avalia a ética e a integridade das práticas de negócios da empresa, incluindo questões como conformidade regulatória e tratamento justo de clientes e parceiros comerciais.	Thomaz e Brito (2010)
Relacionamento com clientes	Reflete a forma como a empresa se relaciona com seus clientes, incluindo atendimento ao cliente, satisfação do cliente e lealdade.	Thomaz e Brito (2010)
Liderança	Refere-se à qualidade da liderança da empresa, incluindo a competência e a integridade de seus líderes executivos.	Thomaz e Brito (2010)
Responsabilidade Social Corporativa (RSC)	Refere-se às ações da empresa em relação ao seu impacto social e ambiental. Isso inclui questões como sustentabilidade, filantropia, respeito aos direitos humanos e responsabilidade ambiental.	Thomaz e Brito (2010)
Inovação	Refere-se à capacidade da empresa de inovar e criar produtos, serviços ou soluções que se destacam no mercado. Uma boa reputação de inovação pode indicar liderança no setor.	Thomaz e Brito (2010)

Fonte: os autores (2023).

1.2 PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DO SERVIÇO: UMA ANÁLISE SERVQUAL DA SATISFAÇÃO

Neste cenário competitivo e turbulento, é necessário que as empresas ou entidades se preocupem em avaliar os seus produtos e serviços, para alinhar estratégias para enfrentar os concorrentes e para melhoria contínua (SANTOS; GONÇALVES, 2023). Cabe destacar que mensurar a qualidade dos serviços exige critérios claros e validades de mensuração, pois visam compreender um fenômeno essencialmente imaterial, e que se destinam a mensurar os serviços





prestados a diferentes clientes, cada um com a sua percepção e diferentes fontes de expectativas (BEZERRA; SOUZA; CORREIA, 2021).

Entre as ferramentas para avaliação da qualidade dos serviços, destaca-se a escala Servqual (*Service Quality Gap*) elaborada em 1988 por Parasuraman, Zeithaml e Berry, que desenvolveram o modelo que propõe a equação de que a qualidade do serviço é a diferença existente entre expectativa e desempenho percebidas pelo cliente (ZEITHAML; PARASURAMAN; BERRY, 2014). A escala Servqual é uma proposta que busca mensurar a percepção da qualidade do serviço na percepção dos clientes, ou seja, busca avaliar a forma com que o cliente percebe a entrega dos serviços em comparação com a expectativa com o que realmente lhe foi entregue.

O questionário da escala Servqual apresenta uma avaliação geral do serviço e tem sido utilizada e aceita como método para a avaliação da qualidade em serviços, sendo aplicada em estudos nas mais diferentes áreas do setor de serviços (HIZAM; AHMED; 2019). No que tange à qualidade, Parasuraman, Berry e Zeithaml (1988) descrevem três características fundamentais dos serviços, os quais são: a) basicamente intangíveis, julgados pelo desempenho e experiências vivenciadas pelo cliente; b) heterogêneos, com possibilidade de desempenho e julgamentos diferentes conforme o fornecedor e o cliente; c) inseparáveis em sua produção e consumo, dificultando sobremaneira o seu controle e avaliação.

Essas características são válidas para serviços internos de uma empresa, ressaltando a demanda por estudos com um aprofundamento maior no que tange às utilizações delas nas avaliações de desempenho. Baseando-se em uma avaliação de satisfação e qualidade desses serviços, a ferramenta pode





proporcionar análises e identificação das oportunidades de melhorias nos processos realizados internamente.

Parasuraman, Zeithaml, e Berry (1985) identificam dez dimensões da qualidade dos serviços, a partir das quais desenvolveram um questionário chamado de escala Servqual, utilizando as ocorrências de satisfação. Realizaram o aperfeiçoamento desse instrumento e formatou-se efetivamente cinco dimensões da qualidade: confiabilidade, presteza, garantia, empatia e aspectos tangíveis. Cada dimensão é composta por 22 itens, medidos em uma escala de sete ou cinco pontos, conforme apresentado no Quadro 2, avaliados por uma escala *likert* de cinco pontos de concordo completamente a discordo completamente.

Quadro 2 - Dimensões da Escala Servqual

Dimensões	Fatores
Aspectos Tangíveis	1. Equipamentos modernos 2. Instalações físicas 3. Aparência dos funcionários 4. Materiais de comunicação
Confiabilidade	5. Oferecer os serviços conforme o prometido 6. Habilidade e interesse em lidar com o problema dos clientes 7. Oferecer o serviço correto desde a primeira vez 8. Oferecer o serviço no prazo prometido 9. Não cometer erros
Presteza	10. Manter os clientes informados de quando o serviço será entregue 11. Prestar pronto atendimento aos clientes 12. Disposição em ajudar os clientes 13. Agilidade em responder às demandas dos clientes
Garantia/Segurança	14. Funcionários que inspiram confiança 15. Fazer o cliente se sentir seguro em suas transações 16. Cortesia dos funcionários 17. Habilidade dos funcionários para responder às dúvidas dos clientes
Empatia	18. A organização dá atenção individualizada aos clientes 19. Proporcionar horários de atendimentos 20. Demonstrar preocupação com o interesse dos clientes 21. Funcionários que entendem às necessidades específicas dos clientes 22. Funcionários que oferecem atenção personalizada aos clientes

Fonte: adaptado de Parasuraman, Berry e Zeithaml (1988).





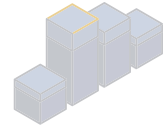
Optou-se pela escala Servqual para este estudo, porque é aplicável para todos os setores, inclusive o setor público, por ser abrangente em seus quesitos, e, na visão dos contribuintes, denota os pontos focais de qualidade. Ao mesmo tempo, identifica-se pontos positivos e negativos dos serviços, com indicação de possíveis melhorias na prestação dos serviços, bem como auxílio no planejamento e na tomada de decisões organizacionais voltadas aos serviços prestados. Dessa feita, torna-se adequada para pesquisas científicas por sua aplicabilidade.

Conforme Castro Aragão e Conceição de Souza (2021), um dos benefícios da escala Servqual é a sua possibilidade de ser adaptada nos diversos cenários, apontando ainda que a dimensão tangibilidade é conveniente ao se tratar da referência de material humano e de comunicação, além das instalações físicas que a organização utiliza; aponta que as variáveis confiabilidade e presteza relacionam-se na habilidade e disposição que a organização e seus colaboradores recebem o cliente; no que tange à segurança, analisa a convicção e atitude que os funcionários possuem ao serem questionados; e na variável empatia, por sua vez, mensura a assimilação que os servidores fazem quanto aos desejos dos clientes.

Schneider, Walter e Soares (2018) afirmam que o uso da escala Servqual em seu estudo foi motivado por ser um dos métodos mais utilizados para avaliar a qualidade de serviços, contendo uma série de aplicações que auxiliam no processo de gestão das organizações, possibilitando identificar as áreas que precisam de atenção para a melhoria da qualidade do serviço prestado.

Brasileiro *et al.* (2020) destacam que a escala Servqual possibilita a seus usuários o conhecimento das expectativas e da





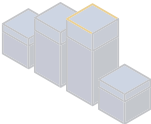
percepção dos clientes em relação a produtos e serviços, ressaltando que a satisfação contribui para atingir os objetivos traçados pela organização e, geralmente, é um fator determinante no sucesso das empresas, visto que a concorrência está concentrada cada vez mais nos diversos setores da economia. Smania *et al.* (2022) ressaltam que o uso da escala Servqual é versátil, com possibilidade de ser aplicada ao setor público e privado, aos diversos tipos de serviços e permite avaliar as dimensões passíveis de processos de melhoria organizacional.

Destaca-se que os estudos assemelhados abordam questões relacionadas às perspectivas que as organizações têm referentes ao órgão fiscalizador brasileiro e apresentam análises da relação jurídica tributária nas mais diversas esferas organizacionais, pretendendo compreender a relação existente entre justiça fiscal e cidadania.

Como por exemplo, o estudo de Castro Aragão e Conceição de Souza (2021) analisou as expectativas e o desempenho percebido e sua relação com a satisfação do cidadão quando participa da gestão no âmbito do governo municipal. Para isso, utilizou-se de questionário baseado na escala Servqual. Os resultados mostraram que a percepção do desempenho do serviço público municipal foi superior à expectativa, sugerindo qualidade positiva. Tanto a expectativa referente às dimensões de tangibilidade, capacidade de resposta e segurança, quanto o desempenho relativo às dimensões de tangibilidade, segurança e empatia influenciam a satisfação do cidadão.

Ainda, destaca a escala Servqual, instrumento este de mensuração da noção dos consumidores a respeito da qualidade de um serviço que compara expectativas com percepções dos





clientes. Por fim, a abordagem sugerida para o presente artigo está relacionada ao papel da RFB como órgão fiscalizador e a relação do contribuinte frente ao pagamento de tributos.

1.3 REGULAÇÃO FISCAL FEDERAL: PERCEPÇÃO DA FISCALIZAÇÃO E DESEMPENHO

A percepção da regulação fiscal refere-se à maneira como os indivíduos, as empresas e outros agentes econômicos percebem e interpretam as políticas fiscais e regulatórias implementadas pelo governo. Para Mihaljek e Tissot (2003), envolve a compreensão das leis fiscais e suas alterações, por incentivos e sanções, que afetam a economia e as atividades comerciais pela aversão ao risco pelos investidores em face à rolagem da dívida pública.

Trata-se do entendimento sobre as práticas de fiscalização pelo ente competente, em empresas, para garantir o pagamento correto de impostos, a prevenção da evasão fiscal e a aplicação de penalidades em caso de descumprimento das obrigações fiscais. E pode influenciar o comportamento econômico, como decisões de investimento, gastos, conformidade fiscal e planejamento tributário (LOPREATO, 2006).

Nesse sentido, a preocupação comum dos governos contemporâneos é a necessidade de conter e reduzir os níveis de inadimplência no cumprimento das obrigações fiscais, bem como a gestão dos recursos por meio de responsabilidade fiscal. Corroborando, esclarecem Mihaljek e Tissot (2003) que a fragilidade das finanças públicas é considerada um indicador de alerta de





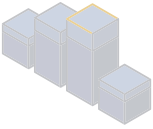
outras fragilidades econômicas. Por isso, os mercados atribuem importância específica à credibilidade fiscal ao avaliar a solidez dos indicadores macroeconômicos.

Demonstra-se que a política fiscal tem relação direta com as contas públicas, conforme Montes e Tiberto (2015) destacam que, a partir de 1999, tem-se empreendido esforços para fortalecer a reputação fiscal dos órgãos públicos, resultando em maior estabilidade no ambiente econômico e na redução do risco-país. Montes e Almeida (2016) concluem que um maior comprometimento do governo resulta em um aumento no otimismo dos empresários e estimula a produção industrial.

Nesse sentido, mecanismos para o controle fiscal, como a austeridade fiscal e a lei de responsabilidade fiscal, são implementados e considerados necessários, mas percebe-se que ainda não suficientes em si (SODRÉ, 2002; SALTO; ALMEIDA, 2016). Diante desse cenário, o comportamento dos contribuintes de cumprimento das obrigações de natureza fiscal, que é um fenômeno de natureza complexa e multidimensional, pode ser influenciado por vários fatores como a disposição e confiança perante as instituições públicas, a própria percepção de justiça tributária, a prevalência de normas sociais e o receio de efetiva punição em caso de descumprimento da obrigação tributária (FRANZONI, 1998).

Assim, a fiscalização, que é uma atividade intrinsecamente vinculada à área de gestão da política tributária (POHLMANN; IUDÍCIBUS, 2006), constitui, precisamente, a principal ferramenta à disposição do Estado para verificar a conformidade fiscal de pessoas físicas ou jurídicas. As características do sistema tributário brasileiro evidenciam uma relação conflituosa entre o fisco e o contribuinte, a saber:

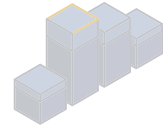




- a) excesso de atribuições ao órgão específico de planejamento da política tributária no Brasil, prejudicando o estabelecimento de diretrizes;
- b) complexidade do modelo tributário em competências separadas e transversais (PONTES, 2004);
- c) custo administrativo de preenchimento dos formulários e com contadores (KRUGMAN; WELLS, 2007);
- d) agentes informais não se regularizam pelo alto custo em administrar e recolher tributos (ZOTTMAN, 2008), chamados de economia subterrânea (TANZI, 2009);
- e) efeitos da economia subterrânea força o governo a aumentar as alíquotas dos impostos para aqueles que as pagam (TANZI, 2009);
- f) custo excessivo da conformidade tributária, com obrigações acessórias excessivas e desproporcionais (MACHADO SEGUNDO; MACHADO, 2004; PONTES, 2004);
- g) objetivo arrecadatário por razões macroeconômicas, sem se preocupar com a qualidade das receitas sob a ótica da eficiência e justiça fiscal (PONTES, 2004);
- h) instituição de sanções não pecuniárias que constroem os direitos fundamentais do contribuinte, como interdição de estabelecimento, entre outras (BIM, 2004).

Essas circunstâncias revelam alguns fatores que podem interferir no grau de confiança entre o fisco e o contribuinte. Cisne Neto (2002) relata a naturalidade dessa relação de desconfiança,





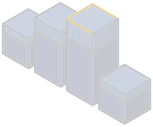
no entanto, ressalta a sua mitigação por meio da participação da sociedade na elaboração de políticas públicas e mecanismos de transparência nas ações estatais. Inclusive, a transparência de quem está arcando com os custos do Estado e de quem está se beneficiando com a aplicação dos recursos é pouco conhecida no Brasil (SCHOUERI, 2011; PELLIZZARI, 1990). A renovação da moral tributária dos contribuintes passa pela reafirmação dos princípios morais nas leis tributárias, e que a justiça tributária não continue sendo negligenciada (TIPKE, 2002; CURSI, 2011).

Ainda, acredita-se que a construção de um sistema impositivo tributário adequado à estimulação comportamental de cumprimento fiscal deve ter como um de seus objetivos a promoção do bem-estar econômico, com a finalidade de corrigir as externalidades que surgem quando uma pessoa ou organização não considera os efeitos de seus atos sobre os demais (MIRREES, 2013).

Dessa forma, entende-se que o Estado deve buscar mecanismos de contenção e de influência ao contribuinte para a mudança do comportamento do contribuinte. Para Stiglitz (2000), os chamados tributos corretivos trata do uso de tributos para a correção das externalidades e falhas de mercado, o que enseja aumento de arrecadação e melhoria da eficiência na alocação de recursos.

Existem teorias que buscam determinar o que pode influenciar o comportamento de adimplência do contribuinte, entre as quais as mais utilizadas são o modelo de intimidação ou dissuasão econômica (*economic deterrence models*), a psicologia social (*social psychology models*) e a psicologia fiscal (*fiscal psychology models*).





No modelo de intimidação, mensurada de acordo com Franzoni (1998), o comportamento do contribuinte deve-se a um cálculo racional econômico, sopesando os curtos benefícios da evasão fiscal e o risco de ser fiscalizado, que ao praticar um ato ilícito vai considerar a probabilidade de incidência de punição e sua extensão patrimonial e criminal (FRANZONI, 1998; MCKERCHAR; EVANS, 2009).

O modelo de psicologia social é mais amplo, considerando elementos variados como a própria motivação pessoal do indivíduo, as normas sociais e a equidade. Já o modelo da psicologia fiscal, funda-se na cooperação entre a administração fiscal e os contribuintes, que estabelece estímulos dentro do sistema fiscal para incentivar o comportamento de adimplência, relevando os aspectos ético e moral (MCKERCHAR; EVANS, 2009).

Assim, a teoria da dissuasão econômica, para assegurar o comportamento de *compliance* tributária, é necessária à frequente realização de auditorias e procedimentos de fiscalização pela administração fiscal.

A partir das teorias apresentadas, observa-se que a construção da percepção do contribuinte da relação fiscal tributária perpassa pela identificação e mensuração da sua percepção de como a administração tributária atua sobre ele. Trata-se das ações de fiscalização tributária que o fisco empreende e os resultados esperados ou percebidos pelo contribuinte.

Nesse quesito, a pesquisa envolveu três questionamentos sobre a percepção de que: a) há monitoramento e fiscalização contínua do órgão fiscalizador; b) a fiscalização contínua promove a *compliance* tributária; c) o fisco atua suficientemente pelo volume de transações empresariais.





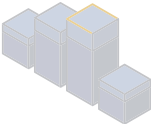
Da mesma forma, na medida em que a administração tributária promove as fiscalizações, o contribuinte questiona-se sobre o desempenho em termos de postura fiscal, envolvendo expectativa de atendimento quanto a informações e orientações direcionadas ao contribuinte.

Para tanto, foram selecionados questionamentos sobre o desempenho do órgão fiscal, considerando três aspectos: a) o retorno social das fiscalizações pelo órgão tributário; b) o nível de atendimento ao contribuinte; c) o nível de satisfação geral do contribuinte.

Ademais, com o crescimento da tecnologia, a utilização dos serviços on-line para otimização dos processos de atendimento foi bem aceita pelo contribuinte referente a órgãos governamentais. A Administração Pública entende a necessidade de novos serviços e tecnologias que tragam benefícios para a sociedade. Assim, foram muitos os aprimoramentos, as inovações e modificações nos procedimentos de fiscalização, alterando sobremaneira as rotinas operacionais das empresas, exigindo, em regra, alguns investimentos técnicos, profissionais e financeiros – sendo que o não atendimento de tais obrigações expõe os contribuintes a penalidades significativas, de acordo com a RFB..

Ao tratar dessa questão, Anjos (2017) ressalta que, no mapa estratégico da RFB, o crédito constituído pelos contribuintes é o fator gerador das fiscalizações, em que é efetuada uma seleção no princípio constitucional da impessoalidade, observando critérios técnicos, por segmento e que visa ao ganho de eficiência com especialização dos auditores fiscais envolvidos. Por analogia, o comportamento de atuação da RFB com seus contribuintes





acontece de maneiras distintas. No Quadro 3, apresenta-se a atuação da fiscalização da RFB nas empresas brasileiras.

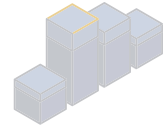
Quadro 3 – Atuação da fiscalização da RFB

Porte	Atuação da fiscalização	Receita Bruta	Regime Tributário
Pequeno	Normalmente não realiza o planejamento tributário com o intuito de não pagar imposto e não emitir nota fiscal. Essas informações são adquiridas com uso intensivo de tecnologia, cruzamento de informações/malhas fiscais e fatores acidentários de prevenção (FAP).	Receita bruta maior que R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 4,8 milhões	Simplex Nacional
Médio	A RFB junta as informações que têm in loco com informações adquiridas em uma auditoria externa e aplica uma fiscalização direcionada.	Receita bruta maior que R\$ 4,8 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões	Lucro Presumido e/ou Lucro Real
Grande	Seu planejamento é feito pela RFB com anos de antecedência. É identificado quais são as estruturas societárias e planejamento tributário abusivo que o ente adotou para que possa evadir do imposto.	Receita bruta maior que R\$ 300 milhões	Lucro Presumido e/ou Lucro Real

Fonte: adaptado de Campos (2020).

No que tange à esfera tributária, o Estado deseja que o devedor pague o valor de tributos devido mais rapidamente, assim como o contribuinte busca maneiras de pagar a menor carga tributária possível e enquadrar-se em regime tributário que lhe convém. No sistema atual, antes que os órgãos fiscalizadores efetuem a autuação, o contribuinte escolhe se deseja pagar o principal ou se quer ser autuado, pagando de acordo com a legislação o valor principal e os juros baseado na taxa Selic, finaliza-se a autuação





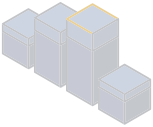
fiscal, caso contrário, a RFB irá efetuar conforme seu porte a fiscalização das empresas que estão inadimplentes com os cofres públicos (FERREIRA, 2018).

Para Lamadrid (2020), a manifestação da desconfiança entre a RFB e os contribuintes é robusta e culmina em litígio administrativo com perdas para ambos, visto que o consenso de boas práticas de governança e o cumprimento das obrigações tributárias origina valorização para a sociedade e busca promover a justiça fiscal e social.

1.4 CONSTRUCTOS TEÓRICOS

Para esta pesquisa foram propostas as análises de percepção por meio dos três construtos explicitados nos textos deste capítulo, sendo eles a reputação corporativa, a satisfação do cliente (escala Servqual) e a percepção da regulação fiscal. As dimensões e os fatores analisados são apresentados no Quadro 4.





Quadro 4 - Dimensões e fatores da pesquisa

Reputação Corporativa	Ética	Thomaz e Britto (2010)
	Gerenciamento	Thomaz e Britto (2010)
	Inovação	Thomaz e Britto (2010)
	Liderança	Thomaz e Britto (2010)
	Responsabilidade Social	Thomaz e Britto (2010)
	Relacionamento	Thomaz e Britto (2010)
	Seriedade	Thomaz e Britto (2010)
Satisfação do cliente na percepção dos serviços Servqual	Tangibilidade	Parasuraman, Zeithmal e Berry (1985)
	Confiança	Parasuraman, Zeithmal e Berry (1985)
	Presteza/responsividade	Parasuraman, Zeithmal e Berry (1985)
	Garantia/segurança	Parasuraman, Zeithmal e Berry (1985)
	Empatia	Parasuraman, Zeithmal e Berry (1985)
Percepção da Regulação Fiscal	Desempenho Operacional	Thomaz e Britto (2010)
	Fiscalização	Mihaljek e Tissot (2003) Tipke (2002) Cursi (2011) Mirrlees (2013) Franzoni (1998) Mckerchar e Evans (2009)

Fonte: os autores (2023).





CAPÍTULO 2 – MÉTODO

Neste capítulo, apresenta-se a descrição do método utilizado para realizar este estudo. Silva (2003) identifica que existe uma multiplicidade de métodos que atende às necessidades conforme cada assunto e finalidade de pesquisa.

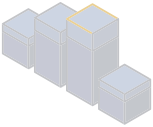
O estudo de acordo com o objetivo caracteriza-se pela abordagem quantitativa e descritiva, que, segundo Richardson (1999), possibilita identificar, mensurar, testar e analisar as relações entre as variáveis e os fatores empiricamente, busca uma precisão dos resultados, evitando equívocos na análise e interpretação dos dados, gerando maior segurança em relação às deduções obtidas.

Creswel (2010) observa que essa abordagem adota métodos não tendenciosos de análise e emprega procedimentos de análise estatística, possibilitando testar a teoria de forma objetiva, permitindo responder às questões levantadas por meio de levantamentos. Destaca-se que o estudo descritivo refere-se “a descrições de fenômenos ou características associadas a uma população-sujeito.” (COOPER; SCHINDLER, 2016, p. 137).

A população e a amostra desta pesquisa são compostas por empresários contadores, sujeitos que utilizam as plataformas e têm uma interação direta com os sistemas e softwares da RFB. A amostra final desta pesquisa foi composta por 93 respondentes, categorizados como empresários contadores da região Oeste de Santa Catarina.

O instrumento de pesquisa utilizado foi o questionário estruturado, que consiste no instrumento mais comum de coleta de dados (COOPER; SCHINDLER, 2016). O questionário foi elaborado em





parceria pelos pesquisadores e membros do grupo de pesquisa de Empreendedorismo, Empresas Familiares e Inovação do Mestrado Profissional em Administração da Unoesc, juntamente com professores e acadêmicos do curso de Administração, Ciências Contábeis e coordenação do NAF. Posteriormente, ocorreu a validação pela RFB.

As questões que integraram o questionário proposto tiveram como base a literatura e adaptado à realidade do objetivo da pesquisa. O questionário foi composto por três blocos teóricos. O bloco um avaliou a Reputação Corporativa por meio de sete fatores, sendo eles ética, gerenciamento, inovação, liderança, responsabilidade social, relacionamento e seriedade, composto por 17 variáveis, conforme proposto por Gardberg e Fombrun (2002) e Thomaz e Brito (2010). O bloco dois avaliou o Desempenho e a Fiscalização, por meio de seis fatores variáveis, adaptado de Thomaz e Brito (2010).

E, por fim, o bloco três avaliou a percepção e satisfação do público-alvo e foi utilizada a escala de satisfação Servqual, composta por 22 variáveis e cinco fatores, sendo: tangibilidade do serviço, confiança, presteza, segurança e empatia (PARASURAMAN; ZHEITMAL; BERRY, 1985). Os fatores foram medidos por uma escala Likert de concordância de cinco pontos.

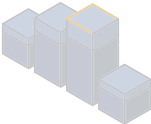
O método de levantamento de dados é do tipo *survey*, que, de acordo com Babbie (2001), possibilita ao pesquisador explicar as características e as correlações observadas de forma quantitativa de uma determinada população. O método que conduz a coleta de dados foi realizado por meio da ferramenta Google Formulários. As estratégias para a coleta dos dados consistiram no envio do questionário por e-mail e por WhatsApp.





A apresentação e análise dos dados ocorreu de forma quantitativa, a partir da técnica da estatística descritiva simples, cujo objetivo é abreviar uma série de valores da mesma natureza, obtendo uma visão completa das variações desses valores, de forma a organizar e descrever os dados em três maneiras: tabelas, gráficos e medidas descritivas.





CAPÍTULO 3 – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentadas as análises estatísticas dos dados coletados na pesquisa de campo, que avaliou a percepção dos respondentes sobre os aspectos relacionados à reputação corporativa, à qualidade percebida nos serviços por meio da escala Servqual e à percepção da regulação fiscal por meio do desempenho operacional.

3.1 REPUTAÇÃO CORPORATIVA

Primeiramente, apresenta-se os resultados referentes aos fatores que foram utilizados para avaliar a Reputação Corporativa. Foram avaliados sete fatores considerando os aspectos de gerenciamento, seriedade, ética, relacionamento, liderança, responsabilidade social e inovação, conforme sugerem Thomaz e Brito (2010).

Em relação ao fator gerenciamento, conforme o Gráfico 1, foram questionados os respondentes sobre três fatores relacionados à percepção de segurança, do funcionamento e da excelência do gerenciamento e atendimento dos serviços prestados.



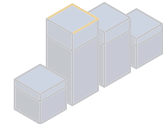
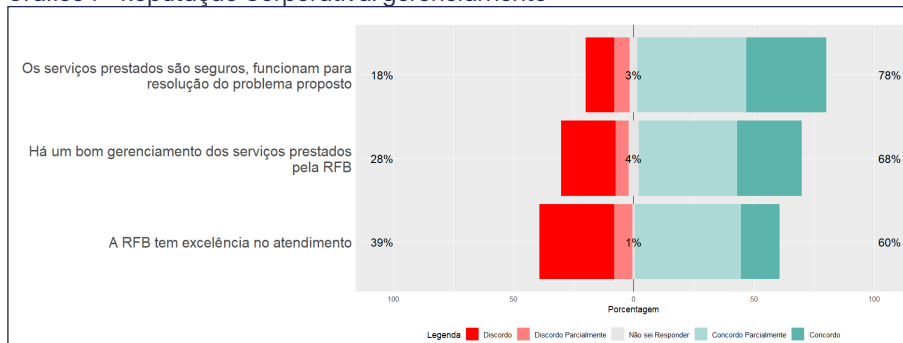


Gráfico 1 – Reputação Corporativa: gerenciamento



Fonte: os autores (2023).

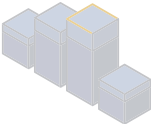
Conforme dados apresentados no Gráfico 1, os respondentes sentem-se seguros e estão satisfeitos com a resolução dos problemas, pois 78% da amostra concordam totalmente e concordam com a afirmativa.

Somente 18% discordam totalmente e/ou parcialmente sobre a segurança e o funcionamento do atendimento para a resolução de problemas propostos.

Os resultados relacionam-se com os apresentados quanto à excelência no atendimento, que foi avaliada por 16% como plenamente satisfatória e 44% satisfatória. Da mesma forma, observa-se que 68% dos respondentes concordam e concordam totalmente que há um bom gerenciamento nos serviços prestados pela RFB. A análise conjunta demonstra que o respondente percebe efetividade no atendimento e bom gerenciamento.

Entretanto, são relevantes os percentuais de discordância parcial e total nos quesitos excelência e gerenciamento de atendimentos, 39% e 28%, respectivamente. Esses índices analisados conjuntamente demonstram que existe lacuna de insatisfação pela





classe de empresários contábeis, considerando que seu ofício e trato são diários com a RFB.

Destaca-se que esses resultados analisados referentes aos aspectos do gerenciamento da excelência do serviço podem sofrer influência das inovações tecnológicas implementadas pelo órgão da RFB no atendimento ao contribuinte. A própria RFB (2022) apresenta a evolução das inovações tecnológicas e digitais do órgão a partir do ano 2000, com o objetivo de fortalecer o cumprimento das obrigações acessórias, bem como de aumentar o controle fiscal.

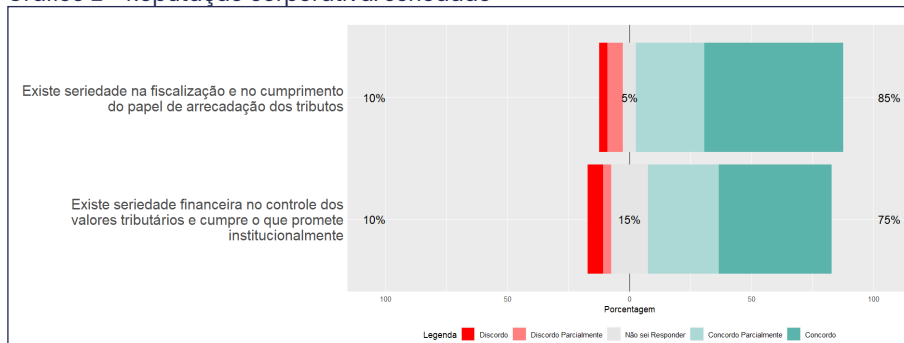
Dessa feita, infere-se que o empresariado contábil, diverso em seu perfil, desde bem-estruturados escritórios a pequenos e até individualizados, apresentam diferentes estruturas tecnológicas e competências em recursos humanos para o atendimento aos novos formatos digitais do órgão. Recentemente, no período pandêmico, a RFB passou por uma evolução robusta na forma de atendimento ao público, tanto pessoa física quanto jurídica, que foi direcionado a canais virtuais, como o e-cac, dossiê eletrônico, chat e WhatsApp.

No Gráfico 2, apresenta-se a seriedade, no qual foram avaliados dois fatores que a observam na fiscalização e no cumprimento do papel de arrecadação dos tributos e a percepção dos contadores sobre a seriedade financeira no controle dos valores tributários e como o órgão fiscalizador cumpre o que promete institucionalmente.





Gráfico 2 – Reputação corporativa: seriedade



Fonte: os autores (2023).

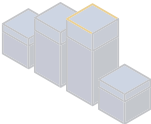
Os resultados, conforme apresentados no Gráfico 2 demonstram que 85% dos respondentes concordam totalmente e concordam com a afirmativa de que há seriedade na fiscalização e no cumprimento do papel de arrecadação dos tributos.

E 75% dos respondentes concordam totalmente e concordam que existe seriedade financeira no controle dos valores tributários e o órgão fiscalizador avaliado cumpre o que promete institucionalmente. É importante destacar que neste item, identificou-se que 15% dos respondentes apresentaram neutralidade, não sabendo responder ao item.

Trata-se de um percentual relevante para análise, demandando um exame empírico sobre o tema, pois acredita-se ser justificada por demonstrar uma visão distorcida sobre o papel do órgão fiscalizador com o papel do governo.

A RFB é o órgão arrecadador e o seu papel de administração tributária é exclusivamente aplicar a lei fiscalizatória para a finalidade de cumprimento das obrigações fiscais e acessórias, com o resultado final de cobrança e recebimento dos valores tributários. No entanto, uma vez recolhido aos cofres públicos, a destinação dos



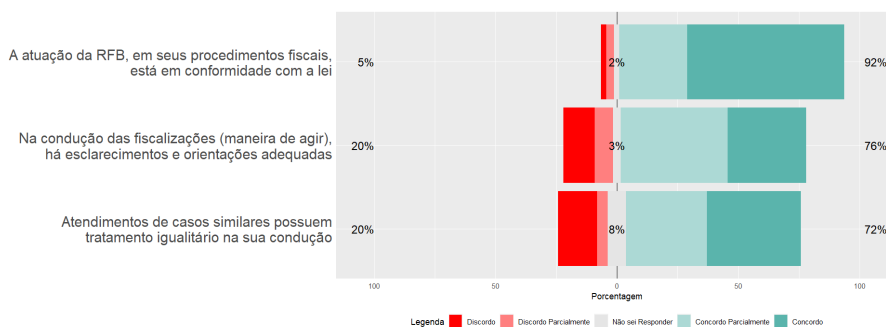


valores é de competência exclusiva do chefe do executivo, por meio do orçamento público que define a aplicação dos recursos públicos, o qual passa pelo crivo do poder legislativo, com a aprovação das dotações orçamentárias.

O questionamento foi pertinente, porque induz o respondente a se questionar sobre as competências do órgão. A seriedade financeira no controle tributário refere-se ao ato de aplicar a matriz de incidência tributária e de, em prazo legal adequado, proceder o recolhimento do tributo, que no caso específico da RFB, trata-se da cobrança extrajudicial administrativa.

O fator ética foi analisado por três fatores, conforme o Gráfico 3, sendo a atuação da RFB em conformidade com a lei em seus procedimentos fiscais, se na condução das fiscalizações, ou seja, na maneira de agir há esclarecimentos e orientações adequadas, e se os atendimentos de casos similares possuem tratamento igualitário na sua condução e gestão.

Gráfico 3 - Reputação Corporativa: ética



Fonte: os autores (2023).

Conforme dados da pesquisa, apresentados no Gráfico 3, percebe-se que 92% dos respondentes concordam que a atuação da





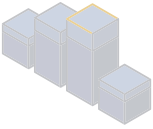
RFB está em conformidade com a lei, e cabe destaque para 65% dos respondentes que concordam totalmente. Esse indicador é relevante na medida em que demonstra a confiança do empresário contábil na prática fiscal, com vinculação total ou discricionário nos limites prescritos pela lei, sem excessos legais. Fortalece o reconhecimento da efetividade da prestação de serviços e seriedade da fiscalização e do cumprimento do papel de arrecadação.

Em relação à maneira de agir em seus procedimentos fiscais (condução das fiscalizações), especialmente no que tange aos esclarecimentos e às orientações, é considerada adequada por 76% dos respondentes. Porém 21% dos respondentes acreditam que essa atividade poderia melhorar. Ou seja, infere-se que esse fator está atrelado aos percentuais de insatisfação na excelência e no gerenciamento de atendimentos, já apresentados, 39% e 28%, respectivamente. Denota-se uma parcela significativa, em média, que está insatisfeita com o formato apresentado pelo órgão.

Pode ser uma oportunidade de melhorias na política, no processo operacional e nas tecnologias utilizadas. Sobre o fator de igualdade na condução dos atendimentos a casos similares, 72% dos respondentes percebem como uma prática organizacional, porém 20% acreditam que não existe essa prática e 8% não souberam responder, ou seja, não conseguiram identificar nos assuntos ou nos canais de atendimentos usuais que realizam.

A soma desses dois percentuais é um grau significativo para o órgão público, especialmente se for considerado que os canais de atendimento são divididos por matéria ou assunto, e que as equipes de fiscalização e atendimento são especializadas. Atualmente, a RFB tem se organizado de forma a privilegiar a especialização, mas





pode-se afirmar que ainda não há convergência nas decisões exaradas de um mesmo tema, pelos auditores fiscais.

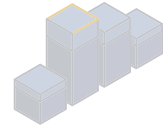
Embora a legislação seja única, os entendimentos e as interpretações das autoridades fiscais podem ter variações ao caso concreto, considerando a matriz de incidência tributária (matéria, tempo, espaço, pessoa e quantidade). Esse é um fator que não é bem compreendido pela iniciativa privada e que por vezes se exterioriza como uma afronta ao princípio da isonomia.

Esse cenário provoca um distanciamento entre fisco e contribuinte, em que cada um atua de forma desconfiada na relação. O fisco excede com o cuidado de solicitar informações, e o contribuinte amedronta-se ao fornecer informações. Isso corrobora a teoria apresentada no que tange ao aumento da desconfiança na relação contribuinte e fisco. O resultado é o custo da beligerância, para ambos os lados, seja pela impugnação administrativa ou judicial.

Atualmente, no Brasil, percebe-se um movimento do fisco para a compliance colaborativa, uma política séria de colaboração com as empresas, embora híbrido, ao se misturar com o modelo de intimidação e dissuasão econômica. Parece que o desafio é bem maior do que a fronteira institucional do órgão, a depender de uma política de regulação fiscal adequada e dos mecanismos de fiscalização conformados a suprir os objetivos da política fiscal.

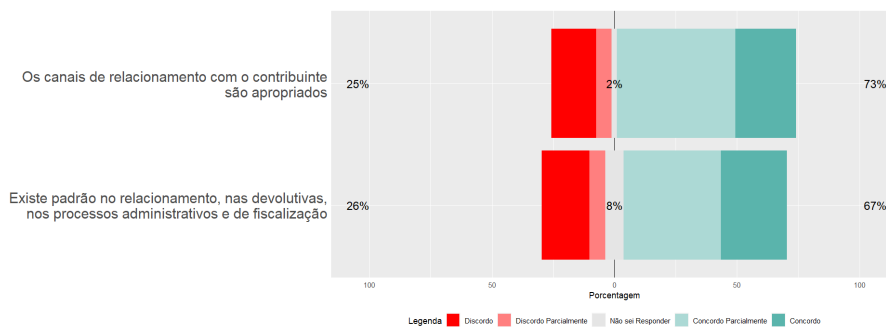
No entanto, reside uma oportunidade ao órgão, a partir deste estudo, que é compreender especialmente esses percentuais de discordância, talvez com novas investigações, para emergir soluções adequadas a título de cidadania fiscal, de compreensão e ciência pelo seu público-alvo da complexidade do sistema tributário e do papel do órgão, especialmente, de ser parte de um sistema estatal maior.





No Gráfico 4, avaliaram-se dois fatores. O primeiro refere-se à percepção sobre os canais de relacionamento com o contribuinte, se são apropriados, e, como segundo fator, se existe padronização no relacionamento, tanto nas devolutivas, nos processos administrativos ou de fiscalização.

Gráfico 4 – Reputação Corporativa: relacionamento

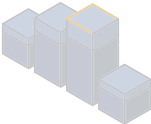


Fonte: os autores (2023).

Os resultados da pesquisa apontam que 73% dos respondentes concordam e concordam totalmente que os canais de relacionamento com o contribuinte são considerados apropriados. Porém 24% ainda consideram que os canais de relacionamento com o contribuinte podem ser melhorados. Esse fator está fortemente atrelado ao uso de novas tecnologias, implementadas pela RFB para atendimento virtual, o que inicialmente pode reduzir a satisfação por não ser o atendimento presencial, que estava culturalmente sedimentado nos padrões de atendimento.

Quanto ao padrão de relacionamento nas devolutivas, nos processos administrativos e de fiscalização, 27% dos respondentes concordam totalmente que esse fator é adequado e 40% concordam. Porém destaca-se que 26% dos respondentes discordam e/ou



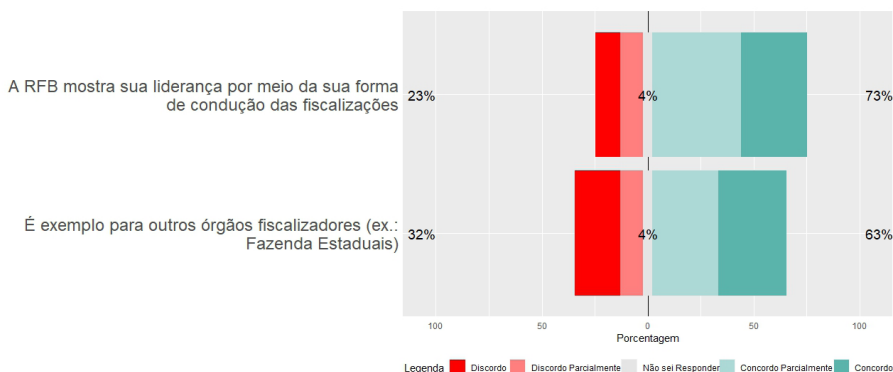


discordam totalmente com a afirmativa, e, somando-se a 8% de neutralidade, resulta em 34%. Novamente, em análise conjunta com a condução das fiscalizações (esclarecimentos e orientações) que apresentou 21% de discordância, e aos percentuais de insatisfação na excelência e no gerenciamento de atendimentos, já apresentados, 39% e 28%, respectivamente, ressalta-se que se trata de um indicador de importância para reflexão e debate interno.

A observação isolada pode justificar-se no sentido que os empresários contadores que responderam a este estudo podem não ter necessariamente a prática da rotina fiscal, especialmente. No entanto, a análise conjunta demonstra que existe campo de melhoria. Não significa desabono aos bons índices, porém, pelo tamanho e pela importância da organização pública, cabe melhoria contínua nos processos.

Em relação à liderança atrelada à reputação corporativa, esta pesquisa considerou dois fatores, se a RFB mostra sua liderança por meio da sua forma de condução das fiscalizações e se a RFB é considerada exemplo para outros órgãos fiscalizadores (exemplo: Fazendas Estaduais).

Gráfico 5 - Reputação Corporativa: liderança



Fonte: os autores (2023).





Conforme o Gráfico 5, 73% dos respondentes concordam e concordam totalmente que a RFB mostra sua liderança por meio da sua forma de condução das fiscalizações. Em análise conjunta, no quesito da atuação em conformidade com a lei, que evidenciou 92% de aprovação, e que, destes, 65% dos respondentes concordam totalmente, logo, infere-se que o órgão tem legitimidade perante a classe contábil na condução das ações fiscalizatórias, dentro dos limites legais e com liderança. Lembrando que já se obteve índices de aprovação na efetividade da prestação de serviços e seriedade da fiscalização e do cumprimento do papel de arrecadação. São indicadores muito positivos para organizações classificadas como entidade pública.

Cabe destacar que 23% discordam e discordam totalmente sobre esse fator de liderança, o que corrobora o percentual recorrente de insatisfação anteriormente apresentado em outros indicadores. De fato, há uma parcela de empresários contadores, a depender do seu perfil, que demonstram dúvidas em relação aos serviços prestados, que oportunizam melhorias ao órgão.

Em relação à percepção da RFB como órgão fiscalizador exemplo para outros órgãos de mesma natureza, 63% concordam e concordam totalmente. Porém 32% discordam e discordam totalmente sobre esse fator de liderança quando comparado em relação a outros órgãos, sendo considerado um fator significativo de percepção.

Certamente, ambos os indicadores são relevantes para uma análise estratégica pela organização, considerando ações de aproximação e de divulgação das práticas de sustentabilidade econômica, social e ambiental. Ao ser um órgão de Estado, não há dúvidas de sua liderança como maior órgão arrecadador do Estado



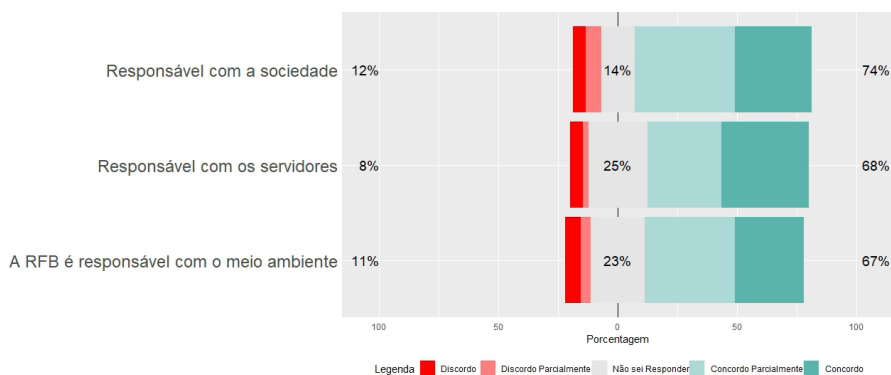


brasileiro, mas a percepção pelo seu público-alvo deve estar mais alinhada à realidade de seu papel e função social da aplicação dos valores arrecadados no cumprimento dos princípios de direito fundamental constitucional.

De fato, o fisco estadual pode demandar mais obrigações acessórias pela natureza do tributo sobre as mercadorias, especialmente quando se trata de transações interestaduais. No entanto, o fisco federal em termos de valores é o maior arrecadador e a sua abrangência é ampla nas fases do processo produtivo, com a finalidade fiscal e extrafiscal, com tributos indiretos, além dos tributos de natureza direta.

Em relação à responsabilidade social, expressa no Gráfico 6, foram avaliados três fatores, sendo considerada a responsabilidade com a sociedade, com os servidores e com o meio ambiente.

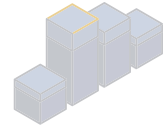
Gráfico 6 - Reputação Corporativa: responsabilidade social



Fonte: os autores (2023).

Os resultados da pesquisa apontam que 74% dos respondentes consideram que a RFB possui responsabilidade com a sociedade. No entanto, observa-se que desse percentual, 42%





entendem de forma parcial, especialmente considerando que o público respondente é o empresário contador, o índice torna-se mais relevante. Destaque para 14% que não souberam responder, que resultam em 25% se considerar os discordantes.

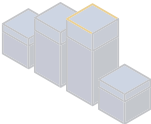
Esse resultado corrobora com o apresentado anteriormente, sobre a necessidade de o órgão divulgar melhor as suas práticas e ações para a sociedade. Pode-se inferir que se trata de um fator estratégico de maior urgência ao órgão.

E 68% dos respondentes entendem que há responsabilidade com os servidores, sendo um percentual maior com concordância total. O que se destaca é o percentual de neutralidade, ou seja, 25% não souberam opinar sobre o tema. Importante destacar que são temas discutidos pela literatura social na atualidade, além da questão salarial, tem-se espaços de trabalho, estruturas modernas, ergonomia no trabalho, saúde mental e física, cultura e clima organizacional, relacionamento interpessoal, lideranças e chefias, transparência interna, políticas contra assédios e antidiscriminatórias, processos disciplinares, entre outros temas que a sociedade desconhece no que tange à organização.

Já quanto ao meio ambiente, dos 67% que entendem haver responsabilidade, 38% concordam parcialmente e 23% não sabem responder sobre o tema, e, somando-se os discordantes, tem-se 33%. Assim, denota-se algumas exigências, primeiramente, uma clareza interna no enquadramento e conceito amplo de ações ambientais pelo órgão, em seguida, identificar as ações que beneficiam o meio ambiente e, posteriormente, melhor a comunicação do órgão das suas ações ambientais.

Em resumo, a imagem do órgão ainda é muito tradicional, séria e comprometida, não amigável. Sua imagem não transparece diálogo,





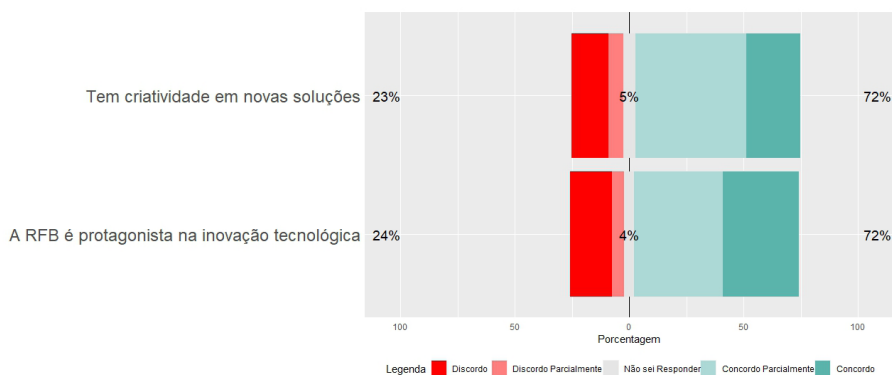
empatia e colaboratividade. Embora já existam mudanças internas de colaboratividade tributária, a exemplo do Projeto Confia e outras operações fiscalizatórias sem autuação, mas de forma colaborativa.

No entanto, a imagem permanente no imaginário dos profissionais contábeis não sofreu alteração. O que acontecerá por meio das operações diárias junto ao órgão, mas também por um diálogo apresentando as suas melhorias e o quanto quer estar mais próximo do seu público-alvo, dos contadores, contribuintes e da sociedade em geral.

Claramente há uma exigência estratégica do órgão no que tange a investimentos massivos na sua política de marketing, de forma a atualizar a sua imagem perante a sociedade, tornando mais amigável, colaborativa, orientadora e aberta ao cidadão que busca o cumprimento da lei fiscal.

O Gráfico 7 apresenta a inovação, e para a pesquisa foram avaliados dois fatores, sendo a criatividade para propor novas soluções e se a RFB é considerada protagonista na inovação tecnológica.

Gráfico 7 - Reputação Corporativa: inovação



Fonte: os autores (2023).





Os resultados, conforme o Gráfico 7, apontam que, em ambos os indicadores, 72% dos respondentes percebem que a RFB é criativa nas propostas de inovações e entendem que ela é protagonista, ou seja, introduz inovação tecnológica em seus serviços. E, em ambos os casos, 28% discordam e não souberam responder. É sabido que nos anos de 2020 e 2021, o mundo passou pelo período de pandemia, o que exigiu uma resposta rápida, assertiva e segura dos órgãos públicos, adaptando o atendimento para a população em geral.

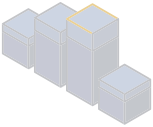
Embora os órgãos de saúde tenham sido o epicentro das necessidades populacionais, outros órgãos públicos também não poderiam suspender os seus serviços sob pena de atentar contra a vida e dignidade humana.

Diante desse cenário, o fisco federal como órgão de Estado tem como finalidade precípua a arrecadação para fins de sustentar a máquina estatal, e, nesse período, a importância da manutenção dos índices arrecadatários.

Por outro lado, a impossibilidade de atendimentos presenciais apressou um movimento já existente de digitalização de processos, de atendimentos virtuais, de instrumentos certificadores individualizados e todo o processo com vistas à segurança digital, para a manutenção de sigilo fiscal.

A título exemplificativo, em função do aumento do cumprimento de obrigações acessórias pelo contribuinte, um dos efeitos é que o processo de fiscalização é realizado preponderantemente digital e não presencial. Atualmente, a autoridade fiscal tem acesso a dados informados pelo contribuinte e por terceiros que com ele transacionaram, por meio de contratos, emissão de notas fiscais, documentos em cartórios, entre outros, podendo realizar diversos cruzamentos.





Na mesma esteira, em dupla face, muitos dos servidores desenvolvendo e trabalhando em modelo remoto, *home office*. Assim, a RFB implementou vários mecanismos internos e externos de protocolo digital, controle processual e vários canais de comunicação junto à sociedade. As demandas fiscais do poder executivo e legislativo foram atendidas, como a implementação de isenção e moratória fiscal, adequando-se em sistema e operação, bem como em esclarecimento aos procedimentos aos contadores e contribuintes em geral. Pode-se afirmar que, de certa forma, se não fosse a pandemia, talvez os percentuais de inovação fossem menores.

3.2 REGULAÇÃO FISCAL FEDERAL: PERCEPÇÃO DA FISCALIZAÇÃO E DO DESEMPENHO

Em relação à avaliação da regulação fiscal federal, foram avaliados seis fatores que estão relacionados à análise do funcionamento e eficácia das atividades de regulação e satisfação da fiscalização realizadas por órgãos governamentais encarregados de garantir o cumprimento das leis fiscais e tributárias.

Quanto à fiscalização, foram analisados os seguintes fatores:

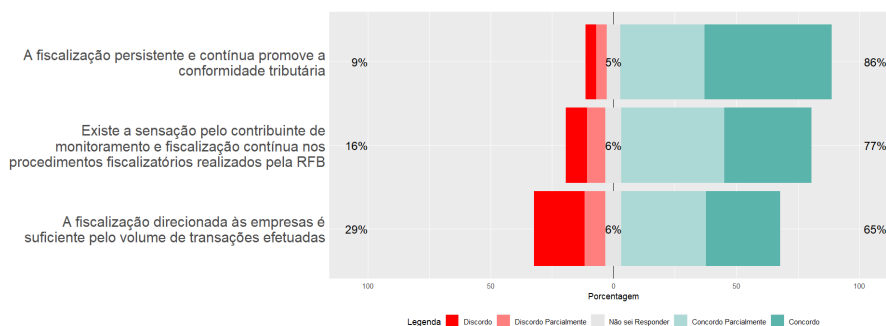
- a) se a fiscalização persistente e contínua promove a conformidade tributária;
- b) se existe para os contribuintes a sensação contínua de monitoramento por meio dos procedimentos fiscalizatórios realizados pela RFB;
- c) se a fiscalização direcionada às empresas é suficiente pelo volume de transações efetuadas.





Quanto ao desempenho operacional, foram analisados os seguintes fatores: a) se a arrecadação, por meio dos procedimentos fiscalizatórios, gera valor à sociedade; b) se o nível de atendimento recebido atende às expectativas; c) se a satisfação do contribuinte é de excelência.

Gráfico 8 – Desempenho operacional: fiscalização

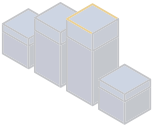


Fonte: os autores (2023).

Quanto aos fatores de fiscalização, o Gráfico 8 aponta que 86% dos respondentes concordam totalmente e concordam que a fiscalização persistente e contínua promove a conformidade tributária. E 77% concordam totalmente e concordam que existe a sensação pelo contribuinte de monitoramento e fiscalização contínua nos procedimentos fiscalizatórios realizados pela RFB.

Os resultados dos dois fatores anteriores ressaltam a importância da atuação fiscalizatória ainda diante da fraca cultura de moral tributária ainda vigente. Por isso, permite-nos compreender que o modelo híbrido, já mencionado anteriormente, pela mescla entre a intimidação fiscal e a compliance colaborativa, como o Programa Confia, tende a assegurar o adimplemento tributário e, simultaneamente, a movimentar os padrões culturais direcionando





para um melhor cenário de confiança entre os agentes, o sujeito passivo e ativo.

Em relação à percepção do contribuinte sobre a suficiência da fiscalização direcionada às empresas pelo volume de transações efetuadas, 65% concordam totalmente e concordam que isso acontece de forma ideal. Porém destaca-se que 29% dos respondentes entendem que essa ação não é suficiente, sendo esse valor considerado significativo de discordância.

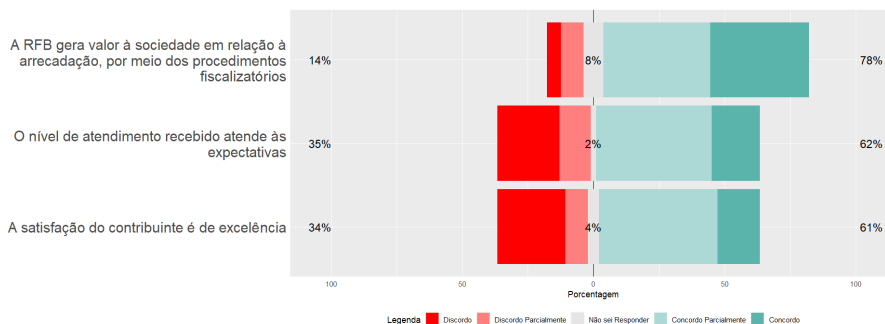
O resultado permite concluir que pela práxis contábil ainda há uma lacuna substancial entre as ações fiscalizatórias e o cumprimento fiscal empresarial, denotando indícios de sonegação fiscal. Primeiramente, denota-se a possibilidade de ampliação de instrumentos fiscalizatórios, os quais já estão em constante evolução, também do número de servidores para compor o corpo funcional do órgão para aumentar a presença fiscal. E uma atuação intensiva e extensiva em educação fiscal, não somente sobre o contribuinte, mas o estabelecimento de relacionamento com os membros do Congresso Nacional, os quais podem auxiliar na elaboração de uma política fiscal mais adequada, principalmente na composição do binômio dívida pública e política de regulação fiscal, e seus impactos na economia, já aventados na revisão teórica.

Importante reforçar que o fisco federal faz parte de um sistema nacional e que não tem o controle sobre todos os fatores críticos para o sucesso de uma política fiscal do país. Diante disso, o estudo tem essa limitação ao analisar a percepção dos respondentes.





Gráfico 9 – Desempenho operacional: desempenho



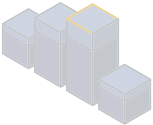
Fonte: os autores (2023).

Quanto aos fatores de desempenho, os resultados da pesquisa mostraram que 78% consideram que a RFB gera valor à sociedade por meio da arrecadação e dos procedimentos fiscalizatórios adotados. No que tange ao nível de atendimento recebido, se atende às expectativas, percebe-se que 62% concordam totalmente e concordam que estão satisfeitos, sendo que 36% discordam e discordam totalmente desse fator e que precisa ser observado quando relacionado ao papel fiscalizador da RFB.

Quanto à satisfação do contribuinte, se é de excelência, 61% entendem, total e parcialmente, o que se considera positivamente, mas 35% discordam total e parcialmente. Os percentuais discordantes de ambos os fatores são significativos e merecem atenção pelo órgão, aliando-se aos resultados apresentados na reputação corporativa, tanto em excelência quanto em gerenciamento do atendimento.

Essa repetição de questionamentos similares visa especificamente confirmar ou falsear respostas dadas pelo público-alvo. De forma que os índices discordantes nesses quesitos reforçam





que há descontentamento parcial, justificado ou não, oportunizando estudos específicos para deslindar as causas e propor melhorias.

3.3 PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DO SERVIÇO: UMA ANÁLISE SERVQUAL DA SATISFAÇÃO

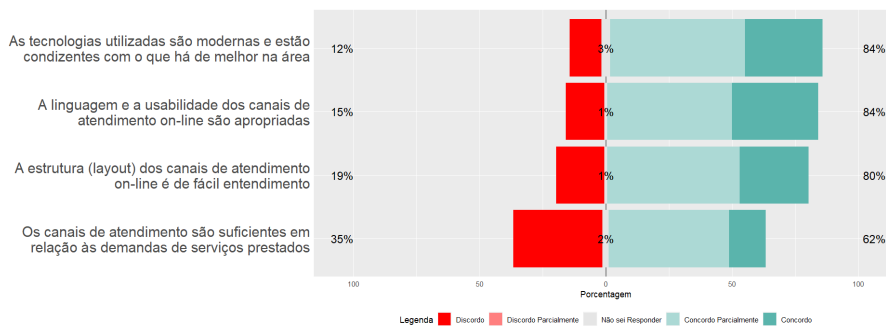
A percepção da qualidade do serviço, a partir da análise Servqual da satisfação, está retratada a seguir considerando 93 empresas pesquisadas no Oeste catarinense. O modelo teórico escolhido tratou-se da escala Servqual por se tratar de um modelo conceitual desenvolvido para avaliar a qualidade de serviços com base em cinco dimensões conforme sugerem Parasuraman, Zheitmal e Berry (1985), sendo tangibilidade, confiabilidade, empatia, presteza e segurança.

A primeira dimensão, conforme o Gráfico 10 apresenta, trata-se da tangibilidade que se refere à aparência física das instalações, dos equipamentos, do pessoal e de outros elementos tangíveis relacionados ao serviço. Foram avaliados os seguintes fatores: a) as tecnologias utilizadas são modernas e estão condizentes com o que há de melhor na área; b) a linguagem e a usabilidade dos canais de atendimento on-line são apropriados; c) a estrutura (layout) dos canais de atendimento on-line é de fácil entendimento; d) canais de atendimento são suficientes em relação às demandas de serviços prestados.





Gráfico 10 – Servqual: tangibilidade



Fonte: os autores (2023).

No que se refere às tecnologias utilizadas pela RFB, de acordo com o Gráfico 10, se são modernas e condizentes com o que há de melhor na área, 84% se consideram satisfatórios, total e parcialmente. Quanto à linguagem e à usabilidade dos canais de atendimento on-line, se são apropriados, 84% responderam positivamente.

Sobre a facilidade de entendimento da estrutura (layout) dos canais de atendimento on-line, 80% concordam, sendo que 52% parcialmente. E, em análise conjunta ao índice de 19% discordante, resulta em 71% que demandam atenção. Ou seja, a estrutura dos canais de atendimento pode ensejar melhorias pontuais.

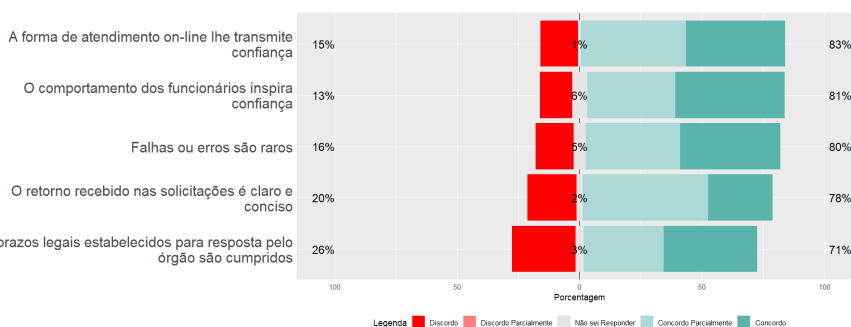
Sobre a percepção se os canais de atendimento são suficientes em relação às demandas de serviços prestados, 62% responderam positivamente e, destes, 48% parcialmente, juntando-se a 35% de discordantes, resultando em um índice de 83% que enseja em alerta à RFB. Isso corrobora o índice anteriormente já apresentado, quanto ao horário de atendimento insuficiente e a reclamação por atendimento presencial, que pode ser apenas um sintoma da falha por demanda reprimida no atendimento on-line.





No que tange à confiabilidade, com o objetivo de avaliar a capacidade da organização de fornecer serviços de forma confiável, precisa e consistente ao longo do tempo, foi observado: a) se a forma de atendimento on-line transmite confiança; b) se o comportamento dos funcionários inspira confiança; c) se as falhas ou erros são raros; d) se o retorno recebido nas solicitações é claro e conciso; e) se os prazos legais estabelecidos para resposta pelo órgão são cumpridos.

Gráfico 11 – Servqual: confiabilidade

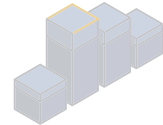


Fonte: os autores (2023).

Em relação ao fator sobre a confiança na forma de atendimento on-line, observou-se que 83% dos respondentes afirmam positivamente. E que apenas 16% discordam ou não souberam responder. Da mesma forma, no que se refere à confiança inspirada pelo comportamento dos funcionários, o índice ficou em 81% de percepção satisfatória e apenas 19% discordam ou não souberam responder.

Isso denota considerável confiança no corpo funcional e no sistema de software da RFB, bem como nos canais e no atendimento em si. Um indicador relevante na questão de confiança, em que





o órgão cumpre o papel a que se destina, administrar os tributos internos e o comércio exterior, gestão e execução das atividades de arrecadação, lançamento, cobrança administrativa e fiscalização.

Quanto a falhas ou erros na RFB, se são raros, 80% confirmam total e parcialmente. E 16% discordam totalmente. Evidencia-se que ao realizar a prestação de serviços o faz com precisão e evita efetivamente erros ou falhas.

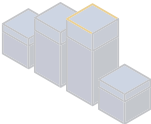
No que se refere à clareza e concisão do retorno recebido nas solicitações, 78% indicam satisfação parcial e total, dos quais 51% concordam somente parcialmente. Assim, analisando conjuntamente a 20% de discordantes, pode demonstrar um índice de alerta ao órgão, com uma inferência de possível dificuldade de entendimento das notificações da RFB pelo próprio empresário contador ou a falta de leitura e de treinamento no assunto fiscal pelos profissionais contábeis.

Exige novos estudos das causas, bem como medidas de identificação interna dos motivos e possíveis medidas antecipadas e preventivas.

No que tange ao cumprimento dos prazos legais, 71% estão concordes e 26% discordantes, o que da mesma forma pode ser sinal de alerta para ações internas, como melhoria do processo ou novas contratações de servidores, entre outras ações.

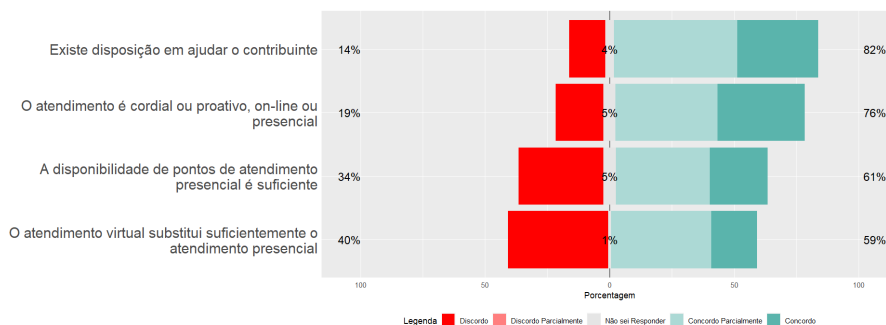
Na sequência, no Gráfico 12, apresenta-se a dimensão presteza ou responsividade, a disposição e capacidade da organização de atender prontamente às necessidades e solicitações dos clientes, com os seguintes quesitos: a) se existe disposição em ajudar o contribuinte; b) o atendimento é cordial ou proativo, on-line ou presencial; c) a disponibilidade de pontos de atendimento presencial





é suficiente; d) o atendimento virtual substitui suficientemente o presencial.

Gráfico 12 – Servqual: presteza



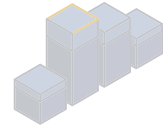
Fonte: os autores (2023).

Nos dois primeiros quesitos referentes à disposição em ajudar o contribuinte e ao atendimento cordial ou proativo, 82% e 76% dos respondentes, respectivamente, entendem positivamente. Sendo o índice de discordantes considerado razoável, 14% e 18%, respectivamente.

No que tange à disponibilidade de pontos de atendimento presencial e sua suficiência, 61% concordam parcial e totalmente. No entanto, cabe destacar que 34% não concordam, coadunando-se com a insatisfação quanto ao horário de atendimento on-line.

Quanto ao atendimento virtual, se substitui suficientemente o presencial, 59% entendem positivamente, sendo que, destes, 40% concordam parcialmente, e, em análise conjunta com 40% que discordam totalmente, conclui-se que se trata de um item de atenção urgente pelo órgão, em que não havendo possibilidade de reabertura de unidades, pode identificar pontos de melhoria no atendimento virtual. Acredita-se que pode ser outro movimento





de mudança cultural que a RFB pode atuar ativamente com investimentos em sistemas mais intuitivos ao contribuinte, bem como na melhoria dos canais de atendimento, por especialidade, por tipo de contribuintes, entre outras classificações. Ademais, uma política de marketing mais atuante para orientar e para disseminar as vantagens da virtualidade é importante.

Em resumo, o empresário contador entende que o atendimento da RFB é proativo e empático, mas, culturalmente, busca o atendimento presencial. Uma justificativa para esse resultado pode ser relacionada ao perfil das empresas contábeis, de pequeno porte, e que ainda não foram alcançadas pela transformação digital, em equipamentos e softwares, como em competência nos recursos humanos.

O perfil das empresas contábeis tem níveis diversificados em várias dimensões, quanto a tamanhos de faturamento e número de funcionários, suas competências, público-alvo, escolaridade técnica do corpo funcional, treinamento técnico e digital, bem como a própria resistência digital.

No que se refere à segurança, de acordo com o Gráfico 13, reflete a capacidade da organização transmiti-la e demonstrá-la aos clientes durante a prestação do serviço, foram avaliados os seguintes quesitos: a) sentimento de segurança nas transações on-line com a RFB; b) segurança do ambiente virtual; c) se os servidores têm conhecimento ou habilidades para responder às dúvidas dos clientes no formato on-line; d) se há cortesia dos servidores.



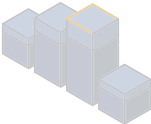
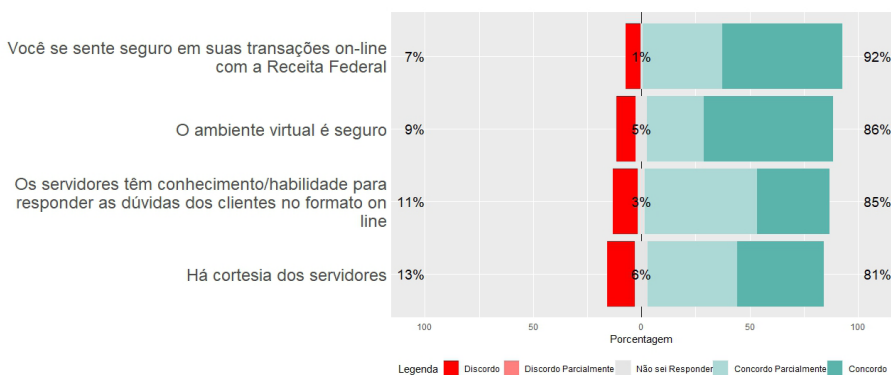


Gráfico 13 – Servvqual: segurança



Fonte: os autores (2023).

Conforme o Gráfico 13, quanto ao sentimento de segurança nas transações on-line com a RFB e a segurança do ambiente virtual, 92% e 86%, respectivamente, responderam estar satisfeitos, especialmente com índices de concordância total entre 56% e 60%. Sendo insignificante o índice discordante.

Ou seja, o contribuinte, representado por seu contador, sente-se totalmente seguro em relação a sua privacidade, aos dados pessoais e ao ambiente virtual de segurança para fins de acesso. No que se refere aos servidores, apresentam conhecimento ou habilidades para responder às dúvidas dos clientes no formato on-line e se os atende com cortesia, 85% e 81%, respectivamente, responderam afirmativamente, sendo 11% e 13% o percentual discordante.

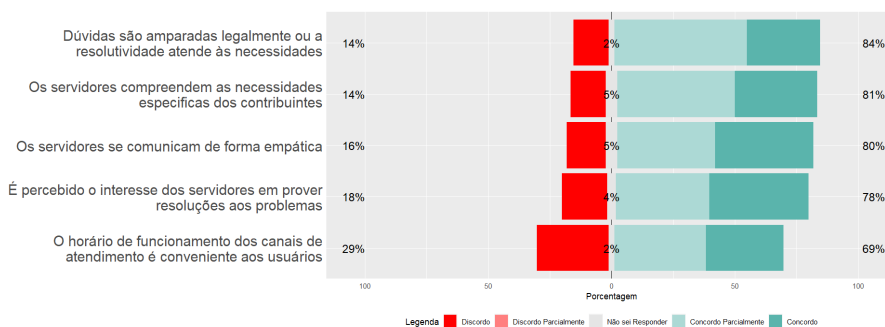
A última dimensão analisada refere-se à empatia, capacidade dos prestadores de serviços de entender as necessidades, preocupações e expectativas dos clientes, bem como demonstrar cuidado, atenção e interesse genuíno pelo cliente, foram observados os seguintes fatores: a) se as dúvidas são amparadas legalmente





ou a resolutividade atende às necessidades do contribuinte; b) se os servidores compreendem as necessidades específicas do contribuintes; c) se os servidores se comunicam de forma empática; d) se é percebido o interesse dos servidores em prover soluções aos problemas; e) se o horário de funcionamento dos canais de atendimento é conveniente aos usuários.

Gráfico 14 – Servqual: empatia

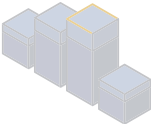


Fonte: os autores (2023).

Quanto às dúvidas, se são amparadas legalmente ou se a resolutividade atende às necessidades do contribuinte, 84% concordam total e parcialmente, e destes, 54% parcialmente. Registra-se a alta significância da aprovação.

Nos quesitos que abordam o comportamento do corpo funcional do órgão e seu interesse pelas problemáticas apresentadas pelo contribuinte, observam-se excelentes índices percentuais de aprovação. Quanto à compreensão das necessidades específicas dos contribuintes pelos servidores, 81% concordam total e parcialmente, no que se refere se os servidores se comunicam de forma empática, 80% demonstram concordância, e se é percebido





o interesse dos servidores em prover soluções aos problemas, 78% concordam.

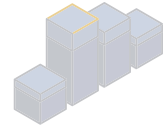
Ou seja, percebe-se que há o desenvolvimento de relacionamentos e a criação de conexões empáticas, embora em atendimentos on-line ou de forma digital, os índices demonstram satisfação pela classe empresarial contábil do Oeste catarinense.

No que diz respeito ao horário de funcionamento dos canais de atendimento e sua conveniência aos usuários, houve um contraponto, com 69% satisfeitos, mas 29% insatisfeitos. Pode-se depreender que, pela demanda totalmente digital e on-line, é provável que haja demanda reprimida, pois internamente ao órgão já existe registro de demora no atendimento do chat, por exemplo, que atualmente atende das 7h às 19h.

Ademais, o contador não vai mais presencialmente à RFB e, especialmente à atual situação de enxugamento de pontos de atendimento presencial, cria uma demanda direta nos canais de atendimento. Além disso, o próprio contribuinte pessoa física recorre a entidades que auxiliam a RFB no atendimento ao público, como os Postos de Atendimento Virtual (PAVs) realizados pelas prefeituras ou os NAFs pelas universidades.

Outra justificativa desse índice, refere-se à específica da delimitação geográfica escolhida neste estudo, Oeste catarinense, em geral são cidades de menor porte, com o costume de atendimento presencial e personalizado, inclusive pelo contador. Já em cidades de maior porte, o atendimento on-line é percebido de forma mais benéfica por questões de dificuldade e gasto em locomoção.





CAPÍTULO 4 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

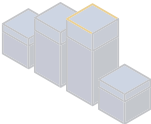
Esta pesquisa apresentou dados empíricos relevantes que contribuem com os avanços das pesquisas sobre a percepção dos empresários contadores em relação às ações fiscalizatórias da RFB, como órgão fiscalizador e de Estado.

O estudo revelou que a maioria dos respondentes que fizeram parte da amostra, demonstraram satisfação no que se refere aos serviços prestados e executados pela RFB, em todos os indicadores avaliados. Registra-se um pequeno impacto de insatisfação, e pontualmente se observou algumas questões respondidas de maneira aleatória, inferindo-se que o respondente não demonstrou segurança em expressar sua opinião.

Quanto à reputação corporativa, os achados da pesquisa levam ao entendimento que a RFB age como uma entidade com princípios éticos, que possui seriedade na fiscalização e no cumprimento do papel de arrecadação dos tributos, bem como apresenta-se como órgão líder no seu campo de atuação. Foram avaliados como positivos os níveis de gerenciamento dos atendimentos e da segurança para a resolução de problemas propostos e com níveis de relacionamento adequados, embora com registro de percentual mínimo de insatisfação. Ainda se considera que a RFB é uma entidade comprometida com os aspectos de inovação, tecnologia e responsabilidade social.

De forma geral, a partir dos dados analisados, evidencia-se que os aspectos de relacionamento e gerenciamento, bem como de liderança e responsabilidade social, são fatores críticos de sucesso para a organização na medida em que exigem diálogo interinstitucional e sentimento de presença do órgão pelo contribuinte.





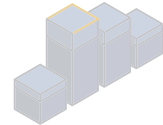
Por outro lado, as questões de fiscalização e desempenho relevam a atuação propriamente dita do fisco federal, as suas ações percebidas pelos respondentes e a efetividade da relação expectativa e realidade das ações fiscalizatórias. Os resultados da pesquisa demonstram que a fiscalização persistente e contínua promove a conformidade tributária. Porém os resultados permitem concluir que, pela práxis contábil, ainda há uma lacuna substancial entre a ações fiscalizatórias e o cumprimento fiscal empresarial.

Dessa feita, notório é que o fisco federal tem implementado programas e ações colaborativas com as empresas contribuintes, para orientação e interferência na moral tributária vigente, mas infere-se que essa mensagem não está muito clara para a classe contábil empresária, na medida em que atendem os contribuintes pessoas jurídicas. O que pode ser um fator substancial a ser avaliado pela RFB.

A partir dessas evidências, o que se sugere, dentro da competência e da amplitude de atuação da RFB, são algumas ações estratégicas pelo órgão voltadas especialmente à política de marketing institucional, observando detalhadamente as observações realizadas na análise e nos resultados deste estudo, para conformar uma política mais adequada.

Cabe destacar que as limitações desta pesquisa podem ser percebidas nos resultados obtidos, devido ao número de respondentes e à característica da amostra, ou seja, empresários contadores, sendo assim não é possível generalizar os resultados. Sugere-se que estudos futuros possam ser desenvolvidos em outras regiões do Estado e para um novo público-alvo, como empresários de outras classes, em que os resultados devem ser comparados com os demais estudos.





AGRADECIMENTOS

Agradecemos a todos os envolvidos nesta importante atividade de pesquisa, que desempenharam um papel fundamental na realização deste livro.

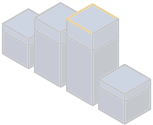
Em especial, à RFB, representada neste documento pelo Dr. Mauro Batista Neto, Auditor Fiscal Delegado da Receita Federal – Delegacia de Joaçaba, que merece nosso reconhecimento pela liderança regional nas ações de cidadania fiscal e pelo convite à Unoesc para liderar este estudo científico. Este trabalho é fundamental para compreender a relação estabelecida entre empresários contadores e a administração tributária, particularmente no que se refere às ações de fiscalização.

À Superintendente da Receita Federal na 9ª Região Fiscal, Cláudia Regina Leão do Nascimento Thomaz, pelo incentivo ao aprimoramento das relações institucionais, às ações de cidadania fiscal em Santa Catarina e ao fortalecimento do papel da RFB junto à sociedade.

Ao Reitor da Unoesc, professor Doutor Ricardo Antonio De Marco, pelo apoio incondicional aos projetos de pesquisa e extensão realizados em colaboração com a RFB.

Não podemos deixar de mencionar a generosa contribuição dos empresários contadores que prontamente responderam aos questionários, enriquecendo sobremaneira os resultados desta pesquisa. Também estendemos nossos agradecimentos aos Sindicatos de Contabilistas do Oeste de Santa Catarina, que prontamente atendem às pautas conjuntas referentes ao constante desenvolvimento da categoria contábil.

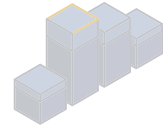




Registramos o nosso apreço a todos os acadêmicos que colaboraram ativamente com esta pesquisa, bem como à dedicada equipe de professores dos cursos de Ciências Contábeis de todos os campi da Unoesc e à equipe de professores do Programa de Pós-graduação em Administração (PPGA) da Unoesc, Mestrado e Doutorado. É o empenho diário desses profissionais em salas de aula e na pesquisa que torna possível a abordagem dos temas explorados neste documento.

Encerramos com a estima de que os resultados científicos deste estudo sejam relevantes para a definição de estratégias na condução das políticas fiscalizatórias da RFB e que sirvam de incentivo para que pesquisadores se dediquem a pesquisas aplicadas em colaboração com órgãos públicos, em especial com o fisco federal.





REFERÊNCIAS

ALLINGHAM, M. G.; SANDMO, A. Income tax evasion: a theoretical analysis. **Journal of public economics**, v. 1, n. 3-4, p. 323-338, 1972.

ALM, J.; FINLAY, K. **Who benefits from tax evasion?** Tulane University: Department of Economics, Working paper n. 1214, 2012.

ANJOS, T. C. dos. **O processo de arrecadação e fiscalização no âmbito da Receita Federal do Brasil**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2017. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/handle/1/5463>. Acesso em: 01 jun. 2022.

ARGENTI, P. A.; DRUCKENMILLER, B. Reputation and the corporate brand. **Corporate reputation review**, v. 6, p. 368-374, 2003.

BABBIE, E. **Métodos de Pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2001. p. 519.

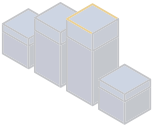
BARAIBAR-DIEZ, E.; SOTORRÍO, L. L. O efeito mediador da transparência na relação entre responsabilidade social corporativa e reputação corporativa. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 20, p. 05-21, 2018.

BESFAMILLE, M.; SIRITTO, C. P. Modernization of tax administrations and optimal iscal policies. **Journal of public economic theory**, v. 11, n. 6, p. 897-926, 2009.

BEZERRA, G. C. L.; SOUZA, E. M. de; CORREIA, A. R. Passenger Expectations and Airport Service Quality: Exploring Customer Segmentation. **Transportation Research Record**, v. 2675, n. 10, p. 604-615, 2021.

BIM, E. F. A inconstitucionalidade das sanções políticas tributárias no Estado de Direito: violação ao *substantive due process of law*





(princípios da razoabilidade e da proporcionalidade. *In*: ROCHA, V. de O. (org.). **Grandes questões atuais do direito tributário**. São Paulo: Dialética, 2004. v. 8.

BRASILEIRO, S. H. S. *et al.* Utilização da ferramenta SERVQUAL para mensuração da qualidade dos serviços de um supermercado na região centro-oeste do Brasil. **Revista Eletrônica Gestão e Serviços**, v. 12, n. 1, p. 3363–3381, 2020.

CAMPOS, J. C. Atuação Da Receita Federal Em Processo Fiscalizatório. **Revista Governança Tributária**, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://educacao.ibpt.com.br/atuacao-da-receita-federal-em-processo-fiscalizadorio/>. Acesso em: 20 maio 2022.

CASTRO ARAGÃO, M. C. de; CONCEIÇÃO DE SOUZA, A. A. SATISFAÇÃO DO CIDADÃO COM O GOVERNO MUNICIPAL QUANDO PARTICIPA DA GOVERNANÇA PÚBLICA. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 21, n. 3, 2021.

CAVALCANTE, D. L. Anotações sobre o sistema tributário brasileiro. *In*: ELALI, A.; MACHADO SEGUNDO, H. de B.; TRENNEPOHL, T. (org.). **Direito tributário**: homenagem a Hugo de Brito Machado. São Paulo: Quartier Latin, 2011. p. 239–255.

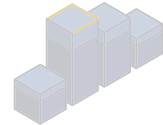
CISNE NETO, J. J. **Administração Tributária e democracia participativa**: proposta de cidadania fiscal. Sobral: UVA, 2002.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 12. ed. McGraw Hill Brasil, 2016.

COSTA, J. **Imagen corporativa en el siglo XXI**. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2001.

COWELL, F. A. The economic analysis of tax evasion. **Bulletin of Economic Research**, v. 37, n. 3, p. 163–193, 1985.





CRESWEL, J. W. **Projeto de pesquisa**: método qualitativo, quantitativo e misto. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CURSI, M. S. de. **Teoria de administração tributária**: ensaio sobre o negócio de exploração de bases tributárias. 1. ed. Mato Grosso: Edição do Autor, 2011.

DAVIES, G. *et al.* The personification metaphor as a measurement approach for corporate reputation. **Corporate reputation review**, v. 4, p. 113-127, 2001.

DENNIS, J.; VENTRY, Jr. Cooperative tax regulation. **Connecticut Law Review**, v. 41, n. 2, dez. 2008.

ECKSTEIN, O. **Economia financeira: introdução à política fiscal**. Tradução de Luciano Miral. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1971.

FERREIRA, A. C.; MEDEIROS, C. R de O.; SILVA, C. H. P. da. Reputação corporativa de empresas internacionalizadas: Desafios em tempos do “consumidor responsável”. *In*: 8º CONGRESSO INSTITUTO FRANCO-BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS (IFBAE), 2015, Rio Grande do Sul. **Anais** [...]. Rio Grande do Sul, 2015.

FERREIRA, V. R. **Repensando a autuação tributária e a forma de cobrança do contribuinte**. Rio de Janeiro: Ipea OAB/DF, 2018. 268 p.

FRANZONI, L. A. **Tax evasion and tax compliance**. Itália: Universidade de Bologna, 1998. Disponível em: <http://encyclo.findlaw.com/6020book.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2023.

GARDBERG, N. A.; FOMBRUN, C. J. The Global Reputation Quotient Project: First Steps towards a Cross-Nationality Valid Measure of Corporate Reputation. **Corporate Reputation Review**, v. 4, n. 4, p. 303-307, 2002.





GOTSI, M.; WILSON, A. M. Corporate reputation: seeking a definition. **Corporate communications**: An international journal, v. 6, n. 1, p. 24-30, 2001.

HIZAM, S. M.; AHMED, W. A conceptual paper on SERVQUAL-framework for assessing quality of Internet of Things (IoT) services. **Jornal Internacional de Pesquisa Financeira**, v. 10, n. 5, 2019. DOI: <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n5p387>.

JUDT, T. **Um tratado sobre os nossos actuais descontentamentos**. Lisboa: Edições 70, 2010.

KAPLOW, L. Optimal taxation with costly enforcement and evasion. **Journal of public economics**, v. 43, n. 2, p. 221-236, 1990.

KITCHEN, P. J.; LAURENCE, A. Corporate reputation: An eight-country analysis. **Corporate Reputation Review**, v. 6, p. 103-117, 2003.

KOLM, S. C. A note on optimum tax evasion. **Journal of public economics**, v. 2, n. 3, p. 265-270, 1973.

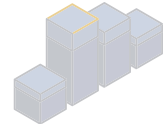
KRUGMAN, P.; WELLS, R. **Introdução à economia**. Tradução: Helga Hoffmann. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

LOPREATO, F. L. C. **O papel da política fiscal**: um exame da visão convencional. Texto para Discussão, IE/UNICAMP, n. 119, fev. 2006.

MACHADO SEGUNDO, H. de B. **Fundamentos do Direito**. São Paulo: Atlas, 2010.

MACHADO SEGUNDO, H. de B.; MACHADO, R. C. R. O razoável e o proporcional em matéria tributária. In: ROCHA, V. de O. (org.). **Grandes questões atuais do direito tributário**. São Paulo: Dialética, 2004. 8. v.





MAYSHAR, J. Taxation with costly administration. **The scandinavian journal of economics**, p. 75–88, 1991.

MCKERCHAR, M.; EVANS, C. Sustaining growth in developing economics through improved taxpayers compliance: challenges for policy makers and revenue authorities. *In*: 21st AUSTRALASIAN TAX TEACHERS ANNUAL CONFERENCE, jan. 2009, University of Canterbury, New Zealand. **Anais** [...]. New Zealand, 2009.

MIHALJEK, D.; TISSOT, B. Fiscal positions in emerging economies: central bank's perspective. *In*: **Fiscal issues and central banking in emerging economies**, BIS Paper n. 20, 2003.

MIRRLEES, J. **Diseño de un sistema tributario óptimo**. Madrid: Editorial Universitária Ramón Areces, 2013.

MONTES, G. C.; ALMEIDA, A. F. G. Compromisso fiscal, expectativas empresariais e produção industrial: o caso brasileiro. **Revista Brasileira de Economia**, v. 70, n. 2, p. 221–244, 2016.

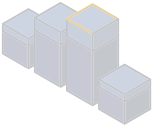
MONTES, G. C.; TIBERTO, B. P. Gestão da dívida pública, reputação fiscal e risco-país: Evidências empíricas para o Brasil. **Planejamento e Políticas Públicas**, n. 44, 2015.

PARASURAMAN, A.; BERRY, L. L.; ZEITHAML, V. A. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, v. 64, n. 1, p. 12–40, spring, 1988.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of marketing**, USA, v. 49, n. 4, p. 41–50, 1985.

PELLIZZARI, D. **A grande farsa da tributação e da sonegação**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1990.





POHLMANN, M. C.; IUDÍCIBUS, S. de. **Tributação e política tributária: uma abordagem interdisciplinar**. São Paulo: Atlas, 2006.

PONTES, H. C. Sistema tributário, carga tributária e capacidade contributiva. In: ROCHA, V. de O. (org.). **Grandes questões atuais do direito tributário**. 8. v. São Paulo: Dialética, 2004.

RICHARDSON, M. **Fundamentos da metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1999.

SALTO, F.; ALMEIDA, M. **Finanças públicas: da contabilidade criativa ao resgate da credibilidade**. São Paulo: Record, 2016.

SANCHEZ, I.; SOBEL, J. Hierarchical design and enforcement of income tax policies. **Journal of public economics**, v. 50, n. 3, p. 345-369, 1993.

SANDMO, A. Income tax evasion, labour supply, and the equity-efficiency tradeoff. **Journal of public economics**, v. 16, n. 3, p. 265-288, 1981.

SANTOS, C. H. dos; GONÇALVES, A. T. P. Avaliação da qualidade do serviço prestado pelo aplicativo de transporte da UBER: uma aplicação da escala SERVQUAL. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 23, n. 2, p. 244-272, 2023.

SANTOS, L. A. de S. Educação fiscal e justiça fiscal: resignificando e construindo a cidadania. **Cadernos da FUCAMP**, Monte Carmelo, v. 18, n. 32, 2019.

SARTORI, N. Corporate governance dynamics and tax compliance. **International Trade and Business Law Review**, n. 264, 2010.

SCHNEIDER, R. A. K.; WALTER, S. A.; SOARES, M. L. Avaliação da qualidade dos serviços de uma empresa do ramo de confecção na





região Oeste do Paraná. **Revista Eletrônica Gestão e Serviços**, v. 9, n. 2, p. 2369–2393, 2018.

SCHOUERI, L. E. **Direito tributário**. São Paulo: Saraiva, 2011.

SILVA, A. C. R. da. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade**: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses. São Paulo: Atlas, 2003.

SLEMROD, J.; YITZHAKI, S. The optimal size of a tax collection agency. **The Scandinavian journal of economics**, p. 183–192, 1987.

SMANIA, G. R. *et al.* Utilização de métodos quantitativos em pesquisas sobre o uso da escala servqual em instituições de ensino superior. **Revista Pernambucana de Administração/Journal of Management of Pernambuco**, v. 2, n. 1, 2022.

SODRÉ, A. C. de A. Lei de Responsabilidade Fiscal: condição insuficiente para o ajuste fiscal. **RAE eletrônica**, v. 1, n. 2, p. 1–15, 2002.

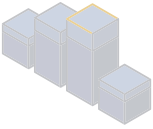
STIGLITZ, J. E. **Economics of the public sector**. 3. ed. New York: W.W. Norton & Company, 2000.

TANZI, V. A economia subterrânea, suas causas e consequências. *In: Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial – ETCO*. Economia subterrânea: uma visão contemporânea da economia informal no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

THOMAZ, J. C.; BRITO, E. P. Z. Reputação corporativa: construtos formativos e implicações para a gestão. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, n. 2, p. 229–250, abr. 2010.

TIPKE, K. **Moral tributária del Estado y de los contribuyentes**. Tradução: Pedro M. Herrera Molina. Madrid: Marcial Pons, 2002.





VANCE, P. S.; ANGELO, C. F. Reputação Corporativa: uma revisão teórica. **Revista de Gestão**, v. 14, n. 4, p. 93-108, 2007.

VEH, A.; GÖBEL, M.; VOGEL, R. Corporate reputation in management research: a review of the literature and assessment of the concept. **Business research**, v. 12, p. 315-353, 2019.

VILLAFANE, J. **Imagem positiva**: gestão estratégica da imagem das empresas. Lisboa: Edições Silabo, 1998.

YITZHAKI, S. A note on income tax evasion: a theoretical analysis. **Journal of public economics**, v. 3, n. 2, p. 201-202, 1974.

ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L.; PARASURAMAN, Ananthanarayanan. The behavioral consequences of service quality. **Journal of marketing**, v. 60, n. 2, p. 31-46, 2014.

ZOTTMANN, L. **Você, o Estado e a questão fiscal**. Rio de Janeiro: Documenta Histórica, 2008.





APÊNDICES

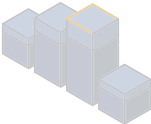
QUESTIONÁRIOS DA PESQUISA

APÊNDICE A – Bloco percepção do contribuinte em relação à aplicação do Servqual

Dimensão	Variáveis
Ética	Et1 – A atuação da RFB, em seus procedimentos fiscais, está em conformidade com a lei.
	Et2 – Atendimentos de casos similares possuem tratamento igualitário na sua condução.
	Et3 – Na condução das fiscalizações (maneira de agir) há esclarecimentos e orientações adequadas.
Gerenciamento	Ge1 – Há um bom gerenciamento dos serviços prestados pela RFB.
	Ge2 – Os serviços prestados são seguros, funcionam para a resolução do problema proposto.
	Ge3 – A RFB tem excelência no atendimento.
Inovação	In1 – A RFB é protagonista na inovação tecnológica.
	In2 – Tem criatividade em novas soluções.
Liderança	Li1 – A RFB mostra sua liderança por meio da sua forma de condução das fiscalizações.
	Li2 – É exemplo para outros órgãos fiscalizadores (exemplo: Fazendas Estaduais).
Responsabilidade social	Rs1 – A RFB é responsável com o meio ambiente (interna e externamente pelas ações de apreensão de produtos contrabandeados).
	Rs2 – Responsável com os servidores.
	Rs3 – Responsável com a sociedade (interna e externamente pelas ações de doação de mercadorias apreendidas, ações de educação fiscal).
Relacionamento	RI1 – Os canais de relacionamento com o contribuinte são apropriados.
	RI2 – Existe padrão no relacionamento nas devolutivas, nos processos administrativos e de fiscalização.
Seriedade	Sf1 – Existe seriedade na fiscalização e no cumprimento do papel de arrecadação dos tributos.
	Sf2 – Existe seriedade financeira no controle dos valores tributários e cumpre o que promete institucionalmente.

Fonte: Gardberg e Fombrun (2002); Thomaz e Britto (2010).





APÊNDICE B – Bloco percepção da qualidade do serviço: uma análise Servqual da satisfação

Dimensão	Questões
Tangibilidade	1. Os canais de atendimento são suficientes em relação às demandas de serviços prestado.
	2. A estrutura (layout) dos canais de atendimento on-line é de fácil entendimento.
	3. A linguagem e a usabilidade dos canais de atendimento on-line são apropriadas.
	4. As tecnologias utilizadas são modernas e estão condizentes com o que há de melhor na área.
Confiança	5. Os prazos legais estabelecidos para resposta pelo órgão são cumpridos.
	6. A forma de atendimento on-line transmite confiança.
	7. O retorno recebido nas solicitações é claro e conciso.
	8. O comportamento dos funcionários inspira confiança.
	9. Falhas ou erros são raros.
Presteza/ responsividade	10. O atendimento é cordial ou proativo, on-line ou presencial.
	11. A disponibilidade de pontos de atendimento presencial é suficiente.
	12. O atendimento virtual substitui suficientemente o atendimento presencial.
	13. Existe disposição em ajudar o contribuinte.
Garantia/ segurança	14. O ambiente virtual é seguro.
	15. Você se sente seguro em suas transações on-line com a Receita Federal.
	16. Os servidores têm conhecimento ou habilidade para responder às dúvidas dos clientes no formato on-line.
	17. Há cortesia dos servidores.
Empatia	18. Dúvidas são amparadas legalmente ou a resolutividade atende às necessidades.
	19. É percebido o interesse dos servidores em prover resoluções aos problemas.
	20. Os servidores se comunicam de forma empática.
	21. Os servidores compreendem as necessidades específicas dos contribuintes.
	22. O horário de funcionamento dos canais de atendimento é conveniente aos usuários.

Fonte: Parasuraman, Zeithmal e Berry (1985).





APÊNDICE C – Bloco regulação fiscal federal: percepção da fiscalização e do desempenho

Dimensão	Variáveis
Desempenho	Ds1 - A satisfação do contribuinte é de excelência.
	Ds2 - O nível de atendimento recebido atende às expectativas.
	Ds3 - A RFB gera valor à sociedade em relação à arrecadação, por meio dos procedimentos fiscalizatórios.
Fiscalização	Fis1 - Existe a sensação pelo contribuinte de monitoramento e fiscalização contínua nos procedimentos fiscalizatórios realizados pela RFB.
	Fis2 - A fiscalização persistente e contínua promove a conformidade tributária.
	Fis3 - A fiscalização direcionada as empresas é suficiente pelo volume de transações efetuadas.

Fonte: Thomaz e Britto (2010).



