

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

RICARDO DE LIMA

**A INFLUÊNCIA DAS PERCEPÇÕES DO CONTEXTO INSTITUCIONAL NA
MORAL TRIBUTÁRIA DE EMPREENDEDORES: EVIDÊNCIAS DO SETOR DE
TELECOMUNICAÇÕES**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

CURITIBA

2022

RICARDO DE LIMA

**A INFLUÊNCIA DAS PERCEPÇÕES DO CONTEXTO INSTITUCIONAL NA
MORAL TRIBUTÁRIA DE EMPREENDEDORES: EVIDÊNCIAS DO SETOR DE
TELECOMUNICAÇÕES**

**THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF THE INSTITUTIONAL CONTEXT ON
THE TAX MORALE OF ENTREPRENEURS: EVIDENCES FROM THE
TELECOMMUNICATION SECTOR**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Administração, do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), na linha de pesquisa Tecnologia e Desenvolvimento Organizacional. Orientador: Prof. Dr. Thiago Cavalcante do Nascimento.

CURITIBA

2022



[4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Esta licença permite compartilhamento, remixe, adaptação e criação a partir do trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que sejam atribuídos créditos ao(s) autor(es). Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Campus Curitiba



RICARDO DE LIMA

**A INFLUÊNCIA DAS PERCEPÇÕES DO CONTEXTO INSTITUCIONAL NA MORAL TRIBUTÁRIA DE
EMPREENDEDORES: EVIDÊNCIAS DO SETOR DE TELECOMUNICAÇÕES**

Trabalho de pesquisa de mestrado apresentado como requisito para obtenção do título de Mestre Em Administração da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Área de concentração: Organizações E Tecnologia.

Data de aprovação: 02 de Maio de 2022

Dr. Thiago Cavalcante Nascimento, Doutorado - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Dr. Edson Ronaldo Guarido Filho, Doutorado - Universidade Federal do Paraná (Ufpr)

Marcio Jacometti, - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Dra. Marystela Assis Baratter Sanches, Doutorado - Universidade Federal do Paraná (Ufpr)

Documento gerado pelo Sistema Acadêmico da UTFPR a partir dos dados da Ata de Defesa em 07/07/2022.

Dedico este trabalho a todos que de alguma forma
contribuíram para a consecução deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço à minha família pelo suporte emocional durante todo esse processo, onde acabei abdicando de muitos momentos com eles, sem eles nada seria possível. Em especial à minha mãe Mariza e ao Seiji, que vivenciaram de maneira mais direta todo esse processo.

Um agradecimento especial também ao meu orientador Prof. Thiago, que, mesmo nos momentos mais difíceis, onde pensei até em desistir do Mestrado, me incentivou e contribuiu para que eu me mantivesse motivado e me desafiasse na construção e desenvolvimento da dissertação e também dos artigos dele decorrentes.

À banca de qualificação e de defesa, seus apontamentos foram essenciais para que realizasse a melhor contribuição que eu poderia oferecer. Agradeço ao prof. Marcio por todo o aprendizado que adquiri ao longo de suas aulas de teoria institucional. Também à profa. Marystela e ao prof. Edson por suas brilhantes contribuições para a melhoria do trabalho, foi uma honra ter vocês ao meu lado.

Obrigado aos colegas do PPGA que, embora tenham sido tempos difíceis por conta da pandemia, proporcionaram debates produtivos ao longo das disciplinas, assim como proporcionaram laços de amizade que foram essenciais durante esse processo de desenvolvimento acadêmico.

Agradeço também aos meus colegas da Receita Estadual que ajudaram de alguma forma para o debate e a construção do trabalho.

Enfim, obrigado a todos que, de alguma forma contribuíram para a consecução da pesquisa, quer seja durante o planejamento da pesquisa, na coleta de dados, na análise dos dados ou durante a revisão do trabalho final. Sozinho não teria chegado a lugar nenhum. Meus sinceros agradecimentos a todos que participaram desse processo.

RESUMO

A tributação assume papel relevante dentro do empreendedorismo na medida que representa uma ferramenta que fomenta recursos que serão promotores do desenvolvimento econômico e social. Contudo, essa importância nem sempre é reconhecida pelos empreendedores, podendo com isso legitimar o comportamento de evasão fiscal. Ressalta-se que, antes de haver esse comportamento efetivo haverá sempre uma motivação intrínseca e voluntária ao pagamento de impostos, ou seja, a sua moral tributária, sendo ela influenciada por diversos fatores externos, que poderão incrementá-la ou reduzi-la. Diante disso, emerge a necessidade de reconhecer quais são esses elementos que influenciam essa motivação dos empreendedores. Para isso, busca-se suporte na teoria institucional, na qual reconhece-se que as instituições influenciam e são influenciadas pelos atores sociais (empreendedores), moldando as ações, atitudes e preferências deles. A partir disso, o objetivo do estudo é reconhecer quais são os elementos que influenciam a moral tributária dos empreendedores. Para consecução da pesquisa, utiliza-se de abordagem quantitativa, através de um levantamento (*survey*) utilizando-se questionário estruturado aplicado à uma amostra de 167 empreendedores do setor de telecomunicações. Para fins de análise, é realizada Modelagem de Equações Estruturais (SEM) utilizando a técnica de mínimos quadrados parciais (PLS), em que são testadas as variáveis explicativas. Os resultados apontam que o risco de detecção, a severidade das punições e a justiça tributária representam fatores determinantes para a moral tributária dos empreendedores do setor de telecomunicações. Além disso, a idade também contribui para essa motivação, indicando que quanto mais jovem o empreendedor, menor será sua moral tributária. Corrupção assume importância dentro dos modelos testados, contudo com a inclusão da variável idade perde significância. Diante disso, este estudo contribui apresentando evidências empíricas sobre fatores institucionais norteadores da moral tributária dos empreendedores do setor de telecomunicações, promovendo contribuições para a construção de reformas que melhorem o ambiente e corrijam falhas institucionais, contribuindo assim com a redução da evasão fiscal.

Palavras-chave: moral tributária, empreendedorismo, teoria institucional, conformidade tributária, evasão fiscal.

ABSTRACT

Taxation assumes a relevant role within entrepreneurship as it represents a tool that promotes resources that will promote economic and social development. However, this importance is not always recognized by entrepreneurs, which can legitimize tax evasion behavior. It is noteworthy that, before there is this effective behavior, there will always be an intrinsic and voluntary motivation to pay taxes, that is, its tax morale, which is influenced by several external factors, which may increase or reduce it. In view of this, the need to recognize which are these elements that influence this motivation of entrepreneurs emerges. For this, support is sought in institutional theory, in which it is recognized that institutions influence and are influenced by social actors (entrepreneurs), shaping their actions, attitudes and preferences. From this, the objective of the study is to recognize which are the elements that influence the tax morale of entrepreneurs. In order to carry out the research, a quantitative approach is used, through a survey using a structured questionnaire applied to a sample of 167 entrepreneurs in the telecommunications sector. For analysis purposes, Structural Equation Modeling (SEM) is performed using the technique of partial least squares (PLS), in which the explanatory variables are tested. The results indicate that the risk of detection, the severity of punishments and tax justice represent determining factors for the tax morale of entrepreneurs in the telecommunications sector. In addition, age also contributes to this motivation, indicating that the younger the entrepreneur, the lower his tax morale. Corruption assumes importance within the models tested, however with the inclusion of the age variable it loses significance. Therefore, this study contributes by presenting empirical evidence on institutional factors that guide the tax morale of entrepreneurs in the telecommunications sector, promoting contributions to the construction of reforms that improve the environment and correct institutional failures, thus contributing to the reduction of tax evasion.

Keywords: tax morale, entrepreneurship, institutional theory, tax compliance, tax evasion.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Autores mais relevantes (por número de artigos publicados)	31
Figura 2: Estrutura Social de colaboração entre autores	32
Figura 3: Países com mais artigos sobre moral tributária	33
Figura 4: Mapa com publicações sobre moral tributária pelo mundo	34
Figura 5: Evolução anual de publicações sobre moral tributária	34
Figura 6: Estudos mais citados	35
Figura 7: Afiliações mais relevantes (universidades ou organizações)	36
Figura 8: Fontes mais relevantes (periódicos).....	37
Figura 9: Mapa de árvore com termos de maior relevância	38
Figura 10: Palavras mais relevantes	38
Figura 11: Nuvem e palavras com termos mais relevantes.....	39
Figura 12: Tópicos mais populares	40
Figura 13: Evolução dos temas ao longo dos anos.....	40
Figura 14: Mapa relacional dos termos mais relevantes	41
Figura 15: Mapa temático por temas básicos, motores, nichos e emergentes.....	42
Figura 16: Contexto institucional e pressões institucionais	55
Figura 17: Desenho da pesquisa.....	78
Figura 18: Market Share dos serviços de telecomunicação	90
Figura 19: Cálculo da amostra usando G*Power	92
Figura 20: Moral tributária por sexo.....	101
Figura 21: Moral tributária por idade	102
Figura 22: Moral tributária por estado civil	103
Figura 23: Moral tributária por escolaridade.....	105
Figura 24: Moral Tributária por renda familiar	107
Figura 25: Moral tributária por setor de atividade	109
Figura 26: Moral Tributária por porte (nº de empregados)	110
Figura 27: Moral tributária por porte (faturamento).....	112
Figura 28: Moral tributária por regime tributário	113
Figura 29: Moral tributária por região geográfica.....	117
Figura 30: Rodada 1 - Modelo de mensuração	129
Figura 31: Rodada 2 - Modelo de mensuração	133
Figura 32: Variáveis de controle (empreendedores)	137
Figura 33: Variáveis de controle (empresa)	138
Figura 34: Modelo com as variáveis de interesse do estudo.....	141
Figura 35: Modelo estrutural completo	143

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Conceitos de Moral tributária encontrados na literatura	43
Quadro 2: Pesquisas recentes sobre moral tributária de indivíduos	45
Quadro 3: Pesquisas recentes sobre moral tributária de empresas.....	47
Quadro 4: Níveis de análise na teoria institucional.....	53
Quadro 5: Hipóteses de pesquisa	77
Quadro 6: Variáveis de interesse da pesquisa e suas definições	79

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Classes sociais.....	87
Tabela 2: Respostas tendenciosas	95
Tabela 3: Estatística Descritiva - Sexo.....	100
Tabela 4: Estatística Descritiva - Idade	101
Tabela 5: Estatística Descritiva - Estado Civil	103
Tabela 6: Estatística Descritiva - Escolaridade	104
Tabela 7: Estatística Descritiva - Renda familiar mensal	106
Tabela 8: Estatística Descritiva – Setor de atividade	108
Tabela 9: Estatística Descritiva - Porte (nº de empregados).....	109
Tabela 10: Estatística descritiva - Porte (faturamento anual).....	111
Tabela 11: Estatística Descritiva - Regime Tributário.....	113
Tabela 12: Estatística Descritiva - Tempo de atuação	114
Tabela 13: Moral tributária por tempo de atuação.....	114
Tabela 14: Estatística Descritiva - Estado (UF).....	115
Tabela 15: Estatística Descritiva - Região.....	116
Tabela 16: Estatística Descritiva - Confiança no Governo	118
Tabela 17: Estatística Descritiva – Justiça Tributária	119
Tabela 18: Estatística Descritiva - Corrupção	120
Tabela 19: Estatística Descritiva - Risco de Detecção	121
Tabela 20: Estatística Descritiva - Severidade das punições	122
Tabela 21: Estatística Descritiva - Carga Tributária	123
Tabela 22: Estatística Descritiva - Complexidade do Sistema Tributário	124
Tabela 23: Estatística Descritiva - Educação Fiscal	125
Tabela 24: Estatística Descritiva - Moral Tributária	126
Tabela 25: Matriz de cargas cruzadas – Rodada 1	130
Tabela 26: Matriz de correlações entre as variáveis latentes – Rodada 1	131
Tabela 27: Matriz de cargas cruzadas – Rodada 2	134
Tabela 28: Matriz de correlações entre as variáveis latentes – Rodada 2	134
Tabela 29: Modelo com apenas variáveis de controle (empreendedor).....	137
Tabela 30: Matriz de correlações - variáveis de controle (empreendedor).....	138
Tabela 31: Modelo com apenas variáveis de controle (empresa)	139
Tabela 32: Matriz de correlações - variáveis de controle (empresa).....	139
Tabela 33: Modelo estrutural apenas com a variável de controle significativa	140
Tabela 34: Modelo com as variáveis de interesse do estudo	142
Tabela 35: Modelo estrutural final	143
Tabela 36: Severidade percebida por idade.....	153

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Sigla	Significado
ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicações
AFC	Análise Fatorial Confirmatória
CG	Confiança no Governo
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
CO	Corrupção
CS	Complexidade do Sistema Tributário
CT	Carga Tributária
EF	Educação Fiscal
GEM	Monitor Global de Empreendedorismo
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
JT	Justiça Tributária
MEI	Microempreendedor Individual
MEE	Modelagem de Equações Estruturais
MT	Moral Tributária
OECD	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
PIB	Produto Interno Bruto
PME	Pequenas e Médias Empresas
PLS	Partial Least Squares (Mínimos quadrados parciais)
RD	Risco de Detecção
SEM	Structural Equation Modeling
SM	Salários Mínimos
SP	Severidade das Punições
VME	Variância Média Extraída
WVS	World Values Survey

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 PROBLEMÁTICA.....	13
1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA.....	20
1.2.1 Objetivo Geral.....	20
1.2.2 Objetivos Específicos:.....	20
1.3 JUSTIFICATIVA TEÓRICA E PRÁTICA	20
1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	25
2 QUADRO TEÓRICO DE REFERÊNCIA	26
2.1 EMPREENDEDORISMO, TRIBUTAÇÃO E INSTITUIÇÕES.....	26
2.2 MORAL TRIBUTÁRIA.....	30
2.2.1 Análise Bibliométrica.....	30
2.2.2 Conceito.....	42
2.2.3 Abordagens.....	45
2.3 PERSPECTIVA INSTITUCIONAL.....	49
2.3.1 Teoria institucional x neoinstitucional.....	49
2.3.2 Institucionalismo	50
2.3.3 Instituições	51
2.3.4 Contexto institucional.....	53
2.3.5 Legitimidade.....	56
2.3.6 Pressões institucionais	57
2.3.6.1 Confiança no Governo	59
2.3.6.2 Justiça Tributária.....	61
2.3.6.3 Corrupção	63
2.3.6.4 Risco de Detecção	65
2.3.6.5 Severidade das Punições	66
2.3.6.6 Carga Tributária.....	67
2.3.6.7 Complexidade do Sistema Tributário.....	69
2.3.6.8 Educação Fiscal.....	70
2.3.7 Características Sociodemográficas.....	72
3 METODOLOGIA.....	76
3.1 ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA.....	77
3.1.1 Apresentação das Hipóteses de Pesquisa	77
3.1.2 Apresentação/Definição das Variáveis	79
3.1.2.1 Variáveis latentes.....	81
3.1.2.2 Variáveis de controle.....	86
3.2 DELIMITAÇÃO E DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	89
3.2.1 População e Amostra.....	89
3.2.2 Procedimentos de Coleta de Dados	92
3.2.3 Procedimentos de Tratamento e Análise dos Dados.....	94

3.2.3.1 Tratamento dos dados	94
3.2.3.2 Etapa 1 - Estatística Descritiva	96
3.2.3.3 Etapa 2 - Análise de Componentes Principais	96
3.2.3.4 Etapa 2 – Avaliação do Modelo de mensuração	97
3.2.3.5 Etapa 3 - Avaliação do modelo estrutural	98
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	100
4.1 ETAPA 1 – ESTATÍSTICA DESCRITIVA.....	100
4.1.1 Perfil dos empreendedores entrevistados.....	100
4.1.2 Perfil das empresas	107
4.1.3 Estatística descritiva das variáveis latentes	118
4.2 AVALIAÇÃO DO MODELO DE MENSURAÇÃO	128
4.2.1 Rodada 1	128
4.2.1.1 Validade Convergente.....	129
4.2.1.2 Validade Discriminante	131
4.2.1.3 Confiabilidade	132
4.2.2 Rodada 2	132
4.2.2.1 Validade Convergente.....	133
4.2.2.2 Validade Discriminante	135
4.2.2.3 Confiabilidade	136
4.3 AVALIAÇÃO DO MODELO ESTRUTURAL	136
4.3.1 Modelo estrutural com apenas variáveis de controle	137
4.3.2 Modelo estrutural com as variáveis de controle significantes	140
4.3.3 Modelo estrutural com as variáveis preditoras previstas no modelo proposto	140
4.3.4 Modelo final (com variáveis de interesse e de controle significantes).....	142
4.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	144
4.4.1 Confiança no Governo	144
4.4.2 Justiça Tributária.....	145
4.4.3 Corrupção	146
4.4.4 Risco de Detecção.....	147
4.4.5 Severidade das punições.....	148
4.4.6 Carga tributária	149
4.4.7 Complexidade Tributária	150
4.4.8 Educação Fiscal.....	151
4.4.9 Variáveis de controle	152
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	155
APÊNDICE A - Questionário de Pesquisa	171
APÊNDICE B - Análise Bibliométrica.....	175
APÊNDICE C - Análise de Componentes Principais	185

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa sobre moral tributária tem ganhado destaque em razão da sua importante contribuição para o combate à evasão fiscal e promoção de justiça social. Dentro do empreendedorismo isso se torna ainda mais importante, já que tais estudos contribuem para identificar o que pode levar ao comportamento empreendedor destrutivo (SHEPHERD, 2019), neste caso, a evasão fiscal. Em especial, emergem estudos que buscam identificar a influência das instituições sobre a moral tributária desses empreendedores (HORODNIC; WILLIAMS, 2016; MICKIEWICZ et al., 2019; WILLIAMS, 2020; WILLIAMS; KOSTA, 2019). Dessa forma, percebe-se um alinhamento entre a tributação (sistema tributário), o empreendedorismo e as instituições (contexto institucional) em torno do combate à evasão fiscal.

Buscando investigar esse fenômeno, a seguir são apresentados os aspectos introdutórios da pesquisa, contextualizando a problemática abordada, bem como a lacuna teórica identificada, aprofundando os objetivos de pesquisa e as justificativas teóricas e práticas.

1.1 PROBLEMÁTICA

Os efeitos danosos da sonegação fiscal se perpetuam pela sociedade e esses prejuízos nem sempre são reconhecidos pelos contribuintes, levando à necessidade de reconhecimento e identificação das falhas institucionais que possam estar interferindo e influenciando na disposição dos contribuintes ao pagamento de impostos. Contudo, essa sonegação assume um conceito amplo que abrange a evasão fiscal e também a economia informal, sendo necessário diferenciá-las. Doğan (2020, p. 147) define a evasão fiscal como “a negligência das leis tributárias e outros regulamentos por meio da não realização total ou parcial dos impostos pelos contribuintes”. Enquanto a evasão fiscal possui um conceito genérico que abrange uma quantidade maior de ações de não-conformidade, a economia informal está diretamente relacionada ao empreendedorismo. Segundo Schneider (2009, p. 1081), a economia informal se refere à “produção legal de bens e serviços que são deliberadamente ocultados das autoridades públicas para evitar o pagamento de renda, lucro ou outros impostos”. O autor destaca que os empreendedores se

engajam em atividades econômicas paralelas por uma variedade de razões, sendo a mais importante delas a atuação do governo, a partir das políticas tributárias. Assim, adota-se uma abordagem ampla que considera a evasão fiscal um fenômeno importante a ser investigado.

Esse fenômeno então assume importância não apenas para os Governos, mas para a sociedade como um todo, na medida em que a evasão fiscal prejudica o desenvolvimento econômico e também promove injustiça social, já que os recursos desviados fazem falta aos serviços públicos, bem como a carga tributária recairá sobre os bons pagadores, promovendo um peso maior sobre eles.

É por meio da tributação, que os Governos poderão investir, reduzir a pobreza, prestar serviços públicos e construir a infraestrutura física e social para o desenvolvimento de longo prazo (OECD, 2019). Assim, mais do que gerar receita, a tributação é uma ferramenta que ajuda no desenvolvimento econômico e social. Da mesma forma, o empreendedorismo também assume papel relevante para a economia, representando um “poderoso motor de desenvolvimento econômico” (DONDENA et al., 2017). Segundo Hisrich, Peter e Shepherd (2019, p. 30), o empreendedorismo pode ser definido como o “processo de criar algo novo, assumindo os riscos e as recompensas”. Os autores acrescentam que a ação empreendedora se refere ao “comportamento em resposta a uma decisão sob incerteza a respeito de uma possível oportunidade de lucro”, Contudo, mais do que uma decisão individual, as diferenças entre empreendedores em países e comunidades diferentes refletem, até certo ponto, as normas e valores presentes naqueles países e comunidades envolvidos (HISRICH et al. 2019, p.39), ou seja, reconhece-se a influência institucional sobre as ações deles. Isso acaba tomando reflexo sobre a forma como os empreendedores percebem o sistema tributário. Diante desse alinhamento, é importante que haja uma convergência entre a tributação e o empreendedorismo, do contrário, a economia informal pode ser um caminho para os empreendedores.

Nesse sentido, Dondena *et al.* (2017) indica que as características dos sistemas tributários (tributação) podem se tornar um obstáculo ao empreendedorismo, já que determinadas condições sistêmicas podem estimular o comportamento desonesto (evasão fiscal), como por exemplo uma carga tributária alta ou um sistema tributário complexo. Diante desse desafio, se faz necessário que haja uma interação entre as políticas tributárias (configurações do sistema tributário)

e a atividade empresarial (BRUCE; SCHUETZE, 2004), a fim de que a tributação não inviabilize a atividade empreendedora e também faça com que os empreendedores entendam a importância da tributação e com isso se sintam motivados para o pagamento correto dos tributos.

Com esse propósito de identificar o que motiva os contribuintes a pagarem os seus impostos, surgiram então os estudos sobre moral tributária (MT), ou seja, sobre a motivação intrínseca (disposição) ao pagamento dos impostos. Tais estudos buscam identificar como se dá a relação deles com a tributação, a partir de diversos fatores que podem assumir importância sobre as atitudes dos contribuintes. Alguns desses estudos trazem um enfoque maior nos aspectos políticos, destacando o papel governamental e as instituições formais, focando principalmente na relação de poder legalmente estabelecido, ou seja, focando no poder coercitivo do Estado, como pode ser visto em De Neve et al. (2021). Outros trazem um enfoque mais econômico, utilizando-se de índices econômicos (PIB, IDH, etc) que vão determinar o impacto das ações no contexto micro e macroeconômico, como visto em Gerstenblüth et al. (2012). Outros partem para uma abordagem sociológica, em que destaca-se o papel da sociedade na construção dessa motivação, trazendo então as percepções dos atores sociais sobre as instituições formais e informais, conforme Mickiewicz et al. (2019). Nesse sentido, as atitudes dos atores sociais serão influenciadas por pressões institucionais, implicando que as estratégias se configuram a partir dessas pressões.

Em especial, a literatura apresenta diversos estudos empíricos voltados a identificar os fatores que moldam a moral tributária dos contribuintes (TORGLER; SCHNEIDER, 2007). Diversas abordagens diferentes podem ser encontradas, como por exemplo utilizando-se públicos diversos (cidadãos, empreendedores, estudantes, etc.), utilizando campos organizacionais distintos (setores econômicos, cidades, estados, países, etc.) ou tipo de contribuinte (pessoa física ou pessoa jurídica). O objetivo destes estudos é testar quantitativamente quais são fatores determinantes (estatisticamente significantes) para a MT, identificando se sua influência é positiva ou negativa.

No campo empresarial, investigar o fenômeno da evasão fiscal se torna ainda mais importante, já que os impostos podem representar um obstáculo à atividade empresarial e inovação (ALM; MCCLELLAN, 2012), sendo então importante identificar quais elementos institucionais interferem (influenciam) as

atitudes dos empreendedores dentro das organizações. Essas organizações atuam em função de regras, procedimentos, crenças e valores predominantes em determinado contexto (NASCIMENTO, RODRIGUES & MEGLIORINI, 2010). Diante disso, torna-se importante investigar quais elementos institucionais moldam as atitudes e ações dos empreendedores.

Aqui, deve-se destacar que antes de haver o comportamento efetivo do empreendedor haverá uma motivação intrínseca, sendo importante que não se confunda a conformidade tributária (comportamento) com a moral tributária (atitude). Aqui, o foco está nas atitudes. Essa atitude toma maior força já que conduz as decisões individuais à conformidade tributária (NEMORE; MORONE, 2019), ou pode incentivar a ação de evasão fiscal, a qual representaria um comportamento empreendedor destrutivo (SHEPHERD, 2019). Assim, a moral tributária de empreendedores é uma ferramenta que ajuda a identificar falhas e propor solução para o combate a esse comportamento empreendedor destrutivo.

Ademais, no empreendedorismo subsistem diversos campos organizacionais distintos, em geral setores econômicos, que podem apresentar realidades sociais distintas, sendo que em alguns deles a evasão fiscal pode ser plenamente aceitável, enquanto em outros isso pode ser absolutamente repreendido. Em abordagens regionalizadas há o risco de se trazer dados demasiadamente genéricos que poderiam ser melhor explorados em campos organizacionais específicos, baseados nas reais interações dos empreendedores. Por isso se torna importante reconhecer realidades específicas, como é o caso dos setores econômicos, já que os empreendedores desse setor estarão ligados por uma rede de interações que vão além da localização geográfica apenas.

Contudo, há de se ressaltar que, apesar de possuírem essa rede Inter organizacional, isso não significa que as instituições presentes naquele campo organizacional sejam imutáveis. Elas se modificam com base na interação dos atores sociais, sendo uma realidade socialmente construída (BERGER; LUCKMANN, 2004). Assim, é possível que se realizem mudanças institucionais, que podem ser a partir de reformas (política e tributária principalmente) a fim de melhorar as condições institucionais para que se melhore a disposição dos contribuintes a agirem honestamente (FORTEZA; NOBOA, 2019) e cumprirem com suas obrigações tributárias. Dessa forma, a investigação dos fatores determinantes da MT contribui para construção de políticas e ações voltadas a moldar as instituições (mudanças

institucionais) e corrigir falhas institucionais para o fim de que os atores sociais reconheçam e legitimem a tributação (deslegitimando a evasão fiscal), e assim estejam motivados ao pagamento dos impostos.

Reconhecendo essa influência institucional, Mickewicz et al. (2019) reforçam que as escolhas dos empreendedores (estratégias) são influenciadas pelos sistemas institucionais (contexto institucional tributário) em que estão inseridas. Dessa forma, os autores recomendam que a Teoria Institucional contribui para investigar quais os elementos dentro do contexto institucional tomam força sobre a moral tributária desses empreendedores/gestores. Tomando as ideias de Tolbert e Zucker (1996), os processos de institucionalizações (criação de instituições) podem ajudar a compreender o impacto de aspectos sociais na tomada de decisão. Assim, instituições vão sendo legitimadas e estabelecidas (institucionalizadas) pelos atores sociais, promovendo influência (pressão) dentro daquele campo organizacional e campo social.

Na busca por um campo organizacional, foi possível reconhecer a importância do setor de telecomunicações para o desenvolvimento econômico brasileiro, o qual representou 3,4% do PIB em 2020 e apresenta mais de 500 mil trabalhadores em emprego direto¹. De acordo com a última Pesquisa Anual de Serviços realizada em 2019 pelo IBGE², existiam 11.043 empresas prestadoras de telecomunicações. Além disso, o setor é responsável por serviços que estão presentes nos lares da grande maioria dos brasileiros, principalmente a partir dos serviços de banda larga, telefonia fixa e móvel e televisão por assinatura. Segundo dados referentes ao terceiro trimestre de 2021, o setor alcançou 335 milhões de acessos à serviços de telecomunicações³, chegando a 340 milhões de acessos. Segundo dados de dezembro de 2021⁴, são 41,2 milhões de acessos à internet banda larga, 253,3 milhões de acessos à telefonia móvel (celular), 227,2 milhões de banda larga móvel (4G principalmente), 28,7 milhões de telefonia fixa, 13,4 milhões de televisão por assinatura (padrão) e 2,6 milhões em televisão por assinatura (satélite). Diante disso, a tributação assume importância dentro do setor de

¹ <https://www.contic.org.br/midias/o-desempenho-do-setor-de-telecomunicacoes-2020/>

² <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos/9028-pesquisa-anual-de-servicos.html?=&t=resultados>

³ https://conexis.org.br/wp-content/uploads/2021/12/20211202-RELATORIO-TRIMESTRAL_3T21_v2.pdf

⁴ <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/>

telecomunicações, sendo a evasão fiscal um fenômeno que pode prejudicar o desenvolvimento econômico, mas também promove efeitos negativos quanto à transformação digital. Como isso, a escolha do setor de telecomunicações se mostra importante a fim de se buscar evidências sobre as influências das percepções do contexto institucional tributário sobre as atitudes dos empreendedores deste campo organizacional.

Importante considerar que, embora apresente um ambiente mais regulado, havendo inclusive uma Agência Regulatória que possui atuação forte no setor (ANATEL), houve uma desaceleração desse poder regulatório nos últimos tempos, principalmente em razão imposição de políticas públicas buscando a transformação digital, o que indubitavelmente passa pela melhoria da infraestrutura de telecomunicações, a qual dará suporte a diversos outros setores. Assim, a ANATEL (Agencia Nacional de Telecomunicações) promoveu medidas que removeram algumas barreiras de concorrência no Setor, como por exemplo, houve a dispensa de obtenção de outorgas para pequenos provedores de internet (até 5.000 assinantes). Também houve a segregação dos prestadores de serviços de telecomunicações em 2 grupos: Prestadoras de Grande Porte (PGP) e Prestadores de Pequeno Porte (PPP). Enquanto o primeiro grupo se refere apenas aos Grupos Econômicos da Telefônica, Telecom Américas, Telecom Itália, Oi e Sky/AT&T, as PPPs representam todas as demais prestadoras. Dessa forma, a Anatel formula políticas públicas específicas considerando as realidades dos 2 grupos, promovendo ajustes e soluções adequadas para cada um deles. Essas políticas buscam promover o empreendedorismo, promovendo desconcentração do mercado pelas PGPs, como por exemplo no setor de internet banda larga, onde as PPPs estão próximas de ultrapassar a participação das grandes.

No campo tributário, também foram promovidas diversas ações para fim de melhorar as condições de acesso e conectividade, como por exemplo, a redução de alíquotas de ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços de Comunicação e Transporte) para o serviço de televisão por assinatura (SeAC) em vista do aumento e popularização dos serviços de *streaming*. Dessa forma, este estudo assume a importância de investigar o setor de telecomunicações, visto tratar-se de um campo organizacional importante para a economia brasileira, tendo sido um ambiente de maior dificuldades ao empreendedorismo em função da dominância das grandes prestadoras, contudo, o setor passou por diversas ações que

promoveram maior abertura do mercado, incentivando a ação empreendedora, principalmente no provimento de serviços de internet banda larga, os quais são a base para a transformação digital. Ademais, importante destacar que não foram encontrados estudos sobre moral tributária com foco nesse setor, havendo pequenos recortes em estudos com enfoque regionalizado.

Para medir essa moral tributária, diversas formas de mensuração podem ser encontradas na literatura. Pode-se verificar que a maioria dos autores usavam inicialmente os dados disponíveis em bancos de dados públicos (dados secundários). Nesses bancos de dados é possível reconhecer o índice de concordância em relação à justificação do comportamento de evasão fiscal, como pode ser obtido através da *World Values Survey (WVS)*, uma pesquisa mundial de valores. Contudo, dada a limitação em razão de apresentar apenas 1 item correspondente à moral tributária, foram surgindo diversos estudos que propõem seus próprios instrumentos de pesquisa, utilizando principalmente questionários com coleta de dados primários, o qual também é o objetivo desse estudo. A partir dessa coleta de dados primários pode-se medir a moral tributária e as percepções dos empreendedores. Aqui, buscou-se alinhar diversas percepções que conjuntamente refletem a moral tributária (motivação intrínseca), perpassando o reconhecimento da importância da tributação, o reconhecimento de que pagar impostos é um ato de cidadania (dever cívico) e principalmente que a evasão fiscal é algo injustificável e criminoso.

Dito isto, reconhece-se a importância de se investigar a influência do papel institucional no campo tributário e empresarial, refletindo na moral tributária dos empreendedores, a qual pode ser investigada a partir das percepções desses empreendedores sobre o contexto institucional tributário. Diante dessas concepções, o presente estudo propõe uma adequação à perspectiva neoinstitucional, buscando investigar as influências institucionais (regulatórias, culturais e sociais) na construção da MT dos empreendedores, tendo-se elegido o setor de telecomunicações como campo organizacional a ser testado.

Para isso, propõe-se um estudo empírico a fim de verificar a moral tributária dos empreendedores do setor de telecomunicações, medindo a influência das percepções do contexto institucional tributário para a construção desta MT. Para coleta de dados, é encaminhado um questionário à uma amostra de empreendedores do setor de telecomunicações obtidos a partir de lista disponível no

site da Anatel. A partir disso, as variáveis são testadas para fins de identificar suas influências e sobre a moral tributária desses empreendedores. Além disso, com base na coleta de dados sociodemográficos dos entrevistados (empreendedores) e das empresas, propõe-se também investigar se algum dessas características podem também influenciar a moral tributária deles, podendo com isso serem determinantes para explicar e ajudar a explicar os fatores institucionais que podem levar à evasão fiscal.

Diante dessa contextualização, a presente pesquisa assume como questionamento central: Qual a influência das percepções dos empreendedores sobre o contexto institucional tributário em que estão inseridos sobre a sua moral tributária?

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

1.2.1 Objetivo Geral

Investigar a influência das percepções do contexto institucional tributário sobre a moral tributária dos empreendedores do setor de telecomunicações.

1.2.2 Objetivos Específicos:

- a) Medir a influência das percepções do empreendedor sobre o contexto institucional tributário em que estão inseridos sobre a moral tributária deles
- b) Identificar quais percepções do contexto institucional tributário representam fatores determinantes para a formação da moral tributária dos empreendedores.
- c) Verificar em que medida os fatores sociodemográficos influenciam a motivação dos empreendedores ao pagamento de impostos (moral tributária).

1.3 JUSTIFICATIVA TEÓRICA E PRÁTICA

Este estudo busca apresentar uma abordagem neoinstitucional sobre como as percepções do contexto institucional tributário influenciam a disposição dos

contribuintes para o pagamento de tributos, tomando-se como campo organizacional a ser investigado, o setor de telecomunicações.

Diante disso, do ponto de vista teórico, busca-se apresentar uma avaliação empírica sobre quais percepções do contexto institucional tributário se inserem no contexto da moral tributária, buscando-se suporte teórico no neoinstitucionalismo em sua base sociológica, na medida em que o contexto institucional tributário será testado a partir das forças regulatórias, culturais e sociais que se revelam influentes sobre os atores sociais (empreendedores). Reconhece-se os esforços pioneiros de Mickiewicz et al. (2019), Kayaoglu e Williams (2020); Putniņš e Sauka (2020) e Williams (2020), que buscaram suporte da Teoria Institucional para investigação da moral tributária, destacando-se a agenda de pesquisas promovidas por Williams, o qual é autor de 30 artigos sobre o tema, sendo a maioria deles com enfoque institucionalista.

Cada um dos estudos assume objetivos distintos, sendo que os elementos institucionais são tratados de maneiras diferentes em cada um deles, não havendo padrão entre as abordagens por autores diferentes. Enquanto Mickiewicz et al. (2019) e Kayaoglu e Williams (2020) apresentam estudos empíricos com suporte nos pilares institucionais propostos por Scott (2008), Williams (2020) e Putniņš e Sauka (2020) promovem uma abordagem genérica e mais ampla, investigando a influência das percepções sobre o contexto institucional tributário em relação à moral tributária, sem apoiar em algum *framework* pré estabelecido. Diversos outros estudos investigaram fatores institucionais sem se apoiarem na Teoria Institucional, ou seja, a sua análise ocorre de maneira indireta, sendo então importante reconhecer a pertinência da Teoria Institucional como suporte teórico para identificação dos elementos culturais frente ao fenômeno da evasão fiscal, em especial a nova vertente do institucionalismo sociológico dentro desse constructo.

Aqui, as percepções sobre o contexto institucional tributário cristalizam-se em forma de instituições, representando as pressões institucionais que influenciam e são influenciadas pelos atores sociais. Enquanto algumas dessas percepções são amplamente investigadas empiricamente, estando presente na maioria das pesquisas, como a Confiança no Governo e Corrupção, outras ainda são investigadas de maneira bem pontual, como por exemplo a educação fiscal, que ainda é vista de maneira incipiente, por vezes representando diversos critérios,

formas, aspectos e nomenclaturas distintas (informação, conhecimento, consciência).

Ademais, enquanto alguns autores se preocupam mais com o comportamento do contribuinte, ou seja, a ação efetiva (conformidade tributária ou evasão fiscal, em outros há o enfoque sobre as atitudes dos contribuintes, ou seja, sua intenção ou motivação intrínseca (moral tributária), como é o caso deste estudo. Nesse ponto, Onu (2016) destaca atenção à necessidade de avaliação da força do vínculo atitude-comportamento, contudo, ressalta que o comportamento real é difícil de medir de forma confiável, dado que os indivíduos são levados a responder os questionários e entrevistas de uma forma socialmente aceitável se evadiram no passado ou se evadiriam em determinadas situações futuras. Assim, a partir das atitudes Dessa forma, medir as atitudes dos atores sociais se apresenta como medida válida para apresentar evidências empíricas a fim de contribuir com a abordagem neoinstitucionalista. Nesse sentido, devido à falta de dados secundários disponíveis sobre as atitudes dos empreendedores, justifica-se a necessidade de realização de coleta primária de dados permitindo então a construção de um instrumento de pesquisa que esteja adequado aos objetivos da pesquisa e permita compreender melhor os elementos institucionais identificados nos estudos anteriores.

Dada a impossibilidade de se investigar todos os setores econômicos brasileiros, toma-se emprestado o setor de telecomunicações, que representa um campo organizacional ainda pouco explorado na literatura de moral tributária. Não foi encontrado nenhum estudo específico sobre esse setor, embora tenha havido alguns estudos que promoveram abordagem regionalizada onde foram coletados dados do setor econômico, como em Williams (2020) onde uma parte da amostra se identifica dentro do setor de transportes e comunicações. Explorar setores econômicos apresenta um enfoque mais específico do que as abordagens regionalizadas, já que a pluralidade de atores sociais com campos organizacionais distintos pode levar a caminhos diversos. A partir de um foco setorial, é possível a realização de comparações com outros setores buscando soluções para combater o fenômeno da evasão fiscal de maneira mais efetiva considerando-se as particularidades de cada campo organizacional.

Assim, a partir dos estudos anteriores, foi possível reconhecer na literatura uma ampla gama de conceitos e abordagens distintas sobre as instituições no

contexto da evasão fiscal. Nesse sentido, espera-se apresentar uma síntese dos fatores institucionais identificados na literatura, os quais admitem maiores aprofundamentos e melhorias, sendo o objetivo deste estudo o aprimoramento dos elementos constitutivos e de mensuração diante da realidade organizacional que aqui se apresenta (setor de telecomunicações no Brasil).

Já do ponto de vista prático, a OECD (2019) destaca que estudos sobre moral tributária proporcionam subsídios importantes para aprimoramentos aos sistemas tributários, promovendo grande contribuição para o caminho do desenvolvimento.

As administrações tributárias podem se beneficiar do aumento da conformidade e das receitas mais altas, os contribuintes (empresas e indivíduos) são melhor atendidos por sistemas tributários que entendem e respondem às suas necessidades, enquanto o aumento de dados e discussão podem ajudar os pesquisadores a aprofundar sua compreensão. Além disso, esse entendimento pode ajudar organizações, como grupos da sociedade civil, a melhorar a comunicação sobre tributação e parceiros de desenvolvimento para maximizar o impacto da assistência ao desenvolvimento. (OECD, 2019, p. 03).

Destaque-se o impacto social a partir da melhoria da comunicação sobre tributação. Reconhece-se a necessidade de maior disseminação de conhecimento sobre a tributação a fim de contribuir para que os contribuintes estejam conscientes de seu papel na promoção desse desenvolvimento. Dessa forma, o estudo pode ajudar na apresentação de um panorama tributário do setor de telecomunicações, onde os aspectos institucionais são considerados e as falhas institucionais são levantadas. Com isso espera-se transpor os limites acadêmicos, extrapolando também os limites do setor de telecomunicações ou das autoridades tributárias, disseminando informações importantes à sociedade sobre a tributação.

Desempenhando um papel central no combate à evasão fiscal, o Governo será beneficiado com este estudo na medida em que, a partir das evidências encontradas (fatores institucionais determinantes para a MT), promovem-se subsídios importantes para que se possa melhorar sua relação com os empreendedores e com isso contribuir para a conformidade tributária. Kassa (2021) destaca que identificando os fatores determinantes, o governo pode responder mais adequadamente aos contribuintes sobre o efeito destruidor da evasão fiscal sobre o desenvolvimento nacional ou regional.

Também se espera que as administrações tributárias recebam subsídios importantes para a melhoria das políticas tributárias, identificando quais estratégias podem ser mais adequadas ao perfil dos empreendedores daquele setor econômico. Nesse sentido, a OECD (2019) destaca que, uma das formas de melhorar essa relação entre o Fisco e os contribuintes passa pela capacitação das administrações tributárias a fim de melhorar as políticas tributárias e a sua fiscalização, sendo a moral tributária uma das ferramentas para ajudar nisso.

Em especial, também se apresenta relevante para os órgãos de fomento ao empreendedorismo, já que será possível identificar os fatores que podem estar comprometendo o desenvolvimento econômico, com o aumento da informalidade e consequente evasão fiscal. Neste sentido, Ostapenko e Williams (2016) recomendam mais estudos que investiguem a aceitabilidade da economia informal pelos empreendedores. Assim, conhecendo o que motiva a entrada na informalidade, pode-se contribuir para a formulação de políticas que melhorem as condições empresariais, o que pode evidenciar a necessidade de maiores benefícios ao empreendedorismo formal, ao invés da política tradicional voltada às políticas punitivas.

Ademais, especial atenção é dada ao desenvolvimento econômico setorial, na medida em que se espera contribuir com a identificação de fatores institucionais que possam estar comprometendo. Diversos estudos sobre MT foram realizados a partir de uma abordagem setorial, como é o caso de Helhel e Varshalomidze (2015) que investigaram o setor de Turismo, Netshaulu (2016) que investigou o setor da mineração e Hamid, Zacaria e Hassan (2020) que investigaram a conformidade tributária de entregadores de comida. Não foram encontrados estudos que tenham investigado o setor de telecomunicações, representando então o objetivo deste estudo.

Ainda, espera-se contribuir para a necessidade de reformas estruturais (mudanças institucionais) no campo político, tributário e empresarial. Ostapenko e Williams (2016) destacam essa necessidade de mudanças nas instituições a fim de melhorar a confiança no governo, promovendo maior justiça tributária e justiça distributiva (reciprocidade). Essas ações podem se dar por meio de reformas estruturais que promovam arranjos institucionais que melhorem a disposição dos contribuintes em pagar os tributos. Everest-Phillips e Sandall (2009) recomendam

que as reformas tributárias devem reforçar a legitimidade do Estado e a eficácia institucional, promovendo maior confiança no Governo.

A partir disso, pode-se contribuir para a construção e formulação de políticas públicas que ajustem as falhas institucionais que estejam prejudicando a motivação dos empreendedores ao pagamento correto, de forma a incentivar e promover um sistema tributário justo. Espera-se contribuir com isso.

1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Esta dissertação apresenta a seguinte estrutura. O estudo inicia com esta introdução onde foram apresentados os aspectos introdutórios da pesquisa. Em seguida, no capítulo 2 é apresentado o quadro de referência teórico identificando a literatura de moral tributária e o suporte teórico da teoria institucional. O capítulo 3 traz o detalhamento da metodologia utilizada, apresentando as variáveis, a forma de coleta e análise dos dados (modelagem de equações estruturais). Após, são apresentados e discutidos os resultados da pesquisa (capítulo 4). Por fim, no capítulo 5 são apresentadas as considerações finais e implicações da pesquisa.

2 QUADRO TEÓRICO DE REFERÊNCIA

Para fins da consecução do objetivo do estudo, esta seção apresenta uma breve revisão dos aspectos teóricos que nortearam a realização da pesquisa. Essa revisão tem início com a aproximação dos temas de empreendedorismo e evasão fiscal. Em seguida apresenta-se a conceituação de moral tributária, bem como são apresentados estudos empíricos sobre o tema. Por fim, apresenta-se a adequação da pesquisa à teoria institucional, trazendo conceitos norteadores, bem como são apresentadas as percepções do contexto institucional tributário (pressões institucionais) identificadas na literatura e as hipóteses de pesquisa a serem testadas.

2.1 EMPREENDEDORISMO, TRIBUTAÇÃO E INSTITUIÇÕES

O empreendedorismo assume protagonismo neste estudo ao se relacionar com a tributação e as instituições. Buscando-se um conceito de referência, o empreendedorismo pode ser entendido como:

processo de criar algo novo, com valor dedicando o tempo e os esforços necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (HISRICH et al., 2009, p.30)

Como se observa, os riscos encontram-se no centro da ação empreendedora, a qual os mesmos autores conceituam como “o comportamento em resposta a uma decisão sob incerteza a respeito de uma possível oportunidade de lucro”. Dessa forma, ao decidir inovar, o empreendedor deve estar disposto a assumir riscos. Esse processo de empreender (inovar) tem como objetivo principal o lucro do empreendedor, mas também acaba contribuindo com a economia como um todo, através da oferta de empregos e da contribuição social através dos impostos. Dessa forma, o empreendedorismo é um elemento essencial da macroeconomia (BRUCE et al., 2020).

Reconhecendo o empreendedorismo como um motor do desenvolvimento econômico, Hechavarria e Ingram (2014) argumentam que os Governos serão os promotores do desenvolvimento econômico a partir da promoção de intervenções

governamentais (políticas públicas), entre as quais a tributação. Almejando fomentar esse desenvolvimento é que os governos então buscam incentivar a atividade empreendedora por meio de uma variedade de políticas tributárias. Segundo Kuria e Omboi (2016) essas políticas terão impactos diferentes em diferentes indivíduos, empresas e na economia em geral, portanto, os governos devem levar em conta essas diferenças na formulação de tais ações. Ou seja, o sistema tributário e o empreendedorismo assumem influências diferentes em contextos diversos, sendo necessário considerar a estrutura tributária quando da formulação de tais políticas.

Dondena (2017) ressalta essa importância da tributação dentro do empreendedorismo, destacando que a forma com que o sistema tributário foi desenvolvido e é percebido pode afetar as “escolhas empresariais relevantes” (estratégias) dos empreendedores:

- a) tornar-se empresário
- b) da forma jurídica do negócio
- c) investir
- d) usar financiamento interno ou externo
- e) onde localizar o negócio
- f) contratar funcionários
- g) cumprir impostos ou partir para o setor informal.** (DONDENA, 2017, p. 6, grifo meu)

Dondena (2017) ainda destaca que a tributação é uma das principais ferramentas à disposição dos governos para incentivar o empreendedorismo a fim de promover o desenvolvimento, sendo, portanto, necessário que as políticas sejam capazes de incentivar o pagamento dos tributos e ao mesmo tempo ajudem a reduzir os riscos empresariais. Para isso, sugere algumas possíveis políticas fiscais que podem melhorar esse ambiente, como por exemplo: simplificação de tributação para pequenas empresas, informatização dos sistemas para reduzir custos de conformidade, compensação de perdas, benefícios fiscais, etc.

Assim, as políticas tributárias são ferramentas promotoras do desenvolvimento econômico, através da promoção de ações que ajudem a conscientização do contribuinte e promovam o combate à evasão fiscal e economia informal. Albuлесcu et al. (2016) corroboram esse papel desenvolvimentista da tributação, contudo pedem atenção especial aos efeitos da evasão fiscal.

se os empresários não pagarem seus impostos, eles podem se beneficiar no curto prazo, mas, no longo prazo, o déficit orçamentário gerado pela evasão fiscal levará a níveis mais altos de tributação e controles mais rígidos por parte dos administradores fiscais. (ALBULESCU et al., 2016, p. 252)

Dessa forma, a evasão fiscal emerge como um obstáculo ao desenvolvimento econômico e surge como grande desafio aos Governos, sendo necessário entender o que pode levar ao comportamento de evasão fiscal. Nesse sentido, Dondena (2017, p. 12) pondera que as decisões empresariais levam em conta um contexto institucional amplo, que vai além da mera atuação do governo, reconhecendo que “resposta política é crucialmente determinada pelo contexto econômico e institucional específico de cada país”. Dessa forma, as políticas mais adequadas e eficientes dependerão dos contextos econômicos e sociais, não havendo como promover conselhos gerais que se apliquem a todos os casos.

Reconhecendo essa influência dos contextos institucionais, que no presente caso representa o contexto institucional tributário, Williams e Horodnic (2017) indicam que a identificação das falhas institucionais, que justificam a evasão fiscal pelos atores sociais, pode auxiliar os Governos para promoção de políticas personalizadas para aumentar o ambiente de confiança, não apenas entre empreendedores e Governo, mas também entre os próprios empreendedores.

Corroborando esse entendimento, a OECD (2018, p.21) também recomenda a “promoção de políticas que fortaleçam a relação entre Estado-cidadão-mercado a fim de solucionar os desafios econômicos, sociais e políticos existentes e emergentes”. Essa interação contribui para um ambiente que reprima o comportamento desonesto.

Diante disso, investigar o comportamento e as atitudes dos empreendedores assume relevância a fim de determinar suas forças motivadoras e consequências. Shepherd (2019, p. 217) destaca a existência de um “lado destrutivo do empreendedorismo”, o qual se refere às “reações psicológicas e emocionais negativas do ator ao se envolver em ações empreendedoras”. Nesse sentido, podem ser encontrados diversos comportamentos destrutivos que afetam o empreendedorismo (como é o caso da evasão fiscal). Para solucionar isso, o autor destaca a necessidade de incentivos institucionais que coíbam tais comportamentos:

Seguindo esses esforços para entender melhor o lado destrutivo do empreendedorismo, esperamos estar em melhor posição para evitar tal destruição no futuro. As soluções podem vir da mudança do contexto (por exemplo, lidar com contextos que promovem o desengajamento moral), mudar os incentivos institucionais atuais e mudar a prática empresarial para eliminar ou minimizar esses comportamentos empresariais destrutivos. (SHEPHERD, 2019, p. 219)

Mudanças institucionais então se mostram essenciais dentro do sistema tributário para que se melhore a disposição dos empreendedores ao pagamento dos impostos, minimizando os efeitos destrutivos do empreendedorismo. Contudo, essas mudanças vão além das forças do Governo, já que os atores sociais também atuarão influenciando esses ambientes. Nesse sentido, Henrekson e Sanandaji (2011) ressaltam que o empreendedorismo não é apenas moldado por instituições, mas ele também as influencia, reconhecendo que os governantes não têm como projetar “instituições ótimas”, já que as respostas dos atores sociais são imprevisíveis, evidenciando a existência de um processo adaptativo (construção social) onde as respostas (mudanças institucionais) dependerão desses contextos institucionais:

Nossa análise destaca a necessidade de ver a formação das instituições como um processo adaptativo. Os políticos não podem projetar instituições ótimas de uma vez por todas; as respostas empreendedoras imprevisíveis a essas instituições as forçarão a reagir mudando e corrigindo continuamente o ambiente institucional. (...)

As mudanças institucionais que visam a promoção do empreendedorismo devem ser sempre avaliadas no que diz respeito ao tipo de empreendedorismo promovido. Um aumento de impostos pode não apenas dissuadir os empresários produtivos, mas também encorajar o empreendedorismo improdutivo. (HENREKSON; SANANDAJI, 2011, p. 69)

Conquanto esse ambiente institucional externo assume importância, deve-se reconhecer que o empreendedor não reage apenas passivamente à essas pressões institucionais, já que também interage e se relaciona com os demais atores sociais. Então, além das pressões regulatórias, também se observam pressões normativas e culturais (SCOTT, 2008), as quais serão resultados de construções sociais, que constituem a “realidade” daqueles grupos (campos organizacionais), implicando que as pressões institucionais fazem parte de seu ambiente institucional, constituindo e sendo constituídas a partir dele.

Portanto, a evasão fiscal se apresenta como um elemento central que liga o empreendedorismo (a partir do comportamento destrutivo dos empreendedores), a tributação (a partir do reconhecimento da importância social do pagamento de impostos) e as instituições (a partir das influências do contexto institucional tributário). Sopesando-se o fato de o empreendedorismo apresentar-se como uma ferramenta que proporciona o desenvolvimento econômico, ele também é fortemente influenciado pelas instituições presentes dentro de um campo organizacional e a

partir dessa relação advém a forma com que o empreendedor irá tratar a tributação, em direção à conformidade tributária ou à evasão fiscal. Com isso, emerge a importância de investigar a relação entre esses 3 elementos (empreendedorismo, tributação e instituições), a qual pode se dar por meio da Moral Tributária.

2.2 MORAL TRIBUTÁRIA

O surgimento dos estudos sobre moral tributária está diretamente relacionado à identificação da necessidade de investigação dos elementos (fatores) que moldam a motivação para o pagamento de impostos (TORGLER; SCHNEIDER, 2007). Reconhecendo isso, Lago-Peñas e Lago-Peñas (2010) indicam que investigar a moral tributária é importante porque ajuda a prever comportamento de evasão fiscal. Assim, diversos estudos buscaram esses elementos norteadores da disposição dos contribuintes para pagarem seus impostos, a fim de identificar potenciais fatores que influenciem e incentivem a evasão fiscal (comportamento empreendedor destrutivo).

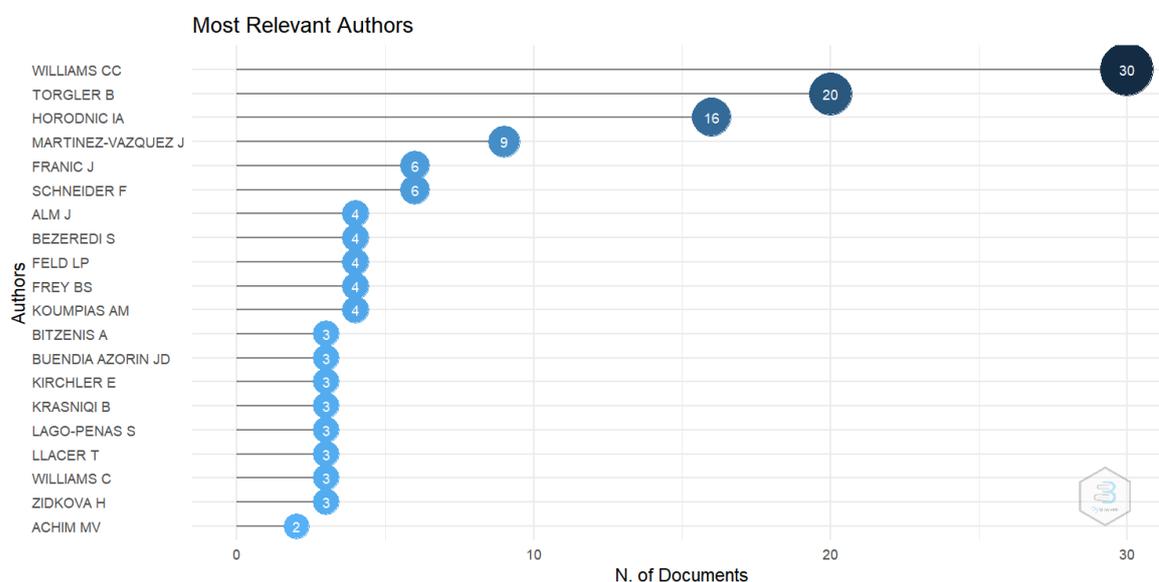
A presente seção está dividida em 3 partes, primeiramente se apresenta uma breve análise bibliométrica sobre moral tributária, seguida dos conceitos identificados, finalizando com as abordagens encontradas na literatura.

2.2.1 Análise Bibliométrica

Dada a existência de múltiplas abordagens na literatura, reconheceu-se a necessidade de explorar a literatura a fim de obter subsídios importantes para construção da pesquisa. Dessa forma, embora não seja o objetivo do estudo, entendeu-se por oportuna a realização de breve análise bibliométrica a fim de reconhecer o campo de estudo da moral tributária. Para isso, utiliza-se o pacote *Bibliometrix* no R, em especial a sua versão web *Biblioshinny*. Para coleta de dados, realiza-se pesquisa na base de dados “Web Of Science”, buscando os estudos em que há indicação do termo “*tax morale*” (moral tributária em inglês) dentro das palavras-chaves do trabalho. Foram encontrados 262 estudos, os quais foram exportados na ferramenta *Biblioshinny* a fim de serem analisados. Os resultados são apresentados a seguir.

Primeiramente buscou-se os autores mais relevantes, representando os autores que realizaram mais estudos sobre o tema.

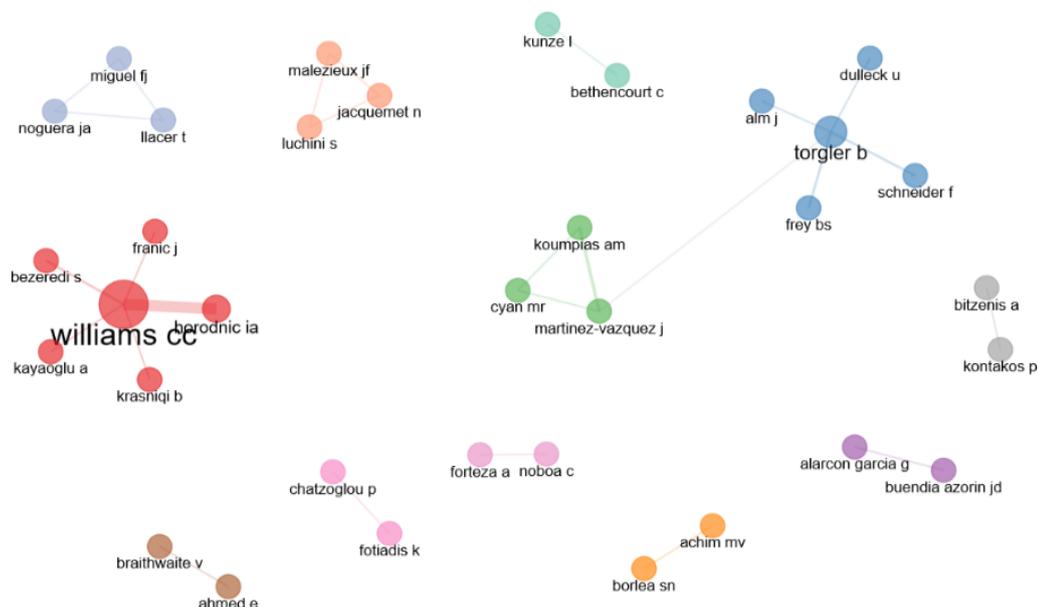
Figura 1: Autores mais relevantes (por número de artigos publicados)



Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Pode-se observar na figura 1 que Williams foi autor de 30 artigos, seguido de Torgler que possui 20 artigos e Horodnic com 16 artigos. Há que se ressaltar que apenas 2 artigos de Horodnic não possuem Williams como coautor, sendo que essa colaboração implica que tais artigos também aparecem nos números de Williams. Ademais, em análise junto aos artigos foi possível constatar que Torgler apresenta uma abordagem pautada na teoria econômica, sendo que Williams e Horodnic possuem uma atuação mais alinhada à teoria institucional, sendo essa a grande diferença entre esses autores. Assim, este estudo possui alinhamento maior à Williams e Horodnic.

Figura 2: Estrutura Social de colaboração entre autores

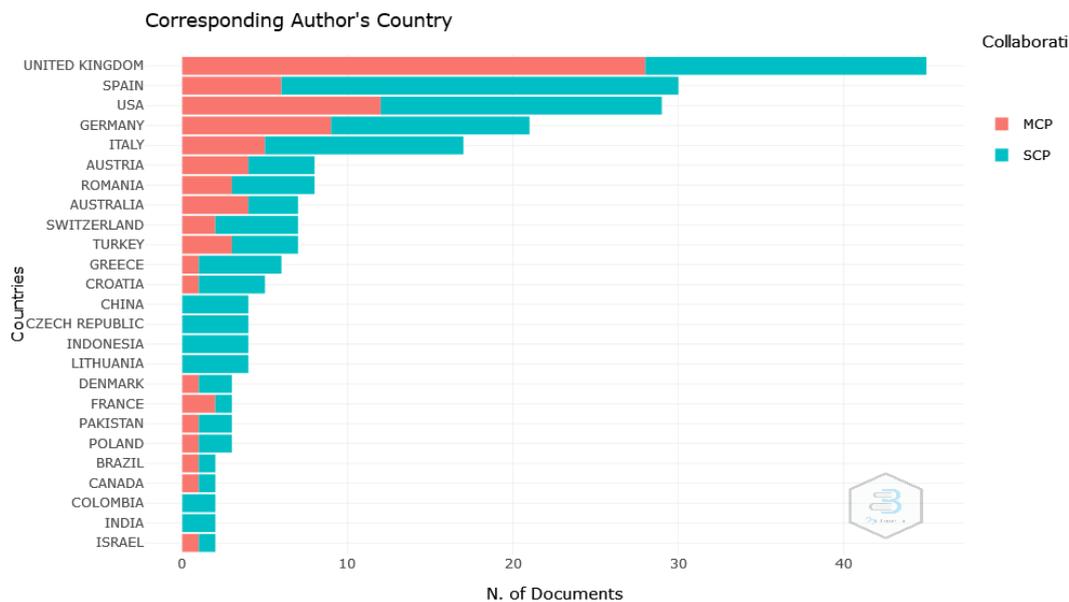


Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Essas relações de colaboração entre os autores podem ser melhor visualizadas na figura 2. É possível observar que há diversos autores que não realizam colaboração com os autores mais relevantes, estando à margem do mapa. Ademais, como já dito, pode-se confirmar a estreita relação de colaboração de Horodnic e Williams, sendo que Horodnic não possui nenhuma outra relação com outros autores.

Por outro lado, Torgler transpõe relações com Martinez-Vasquez, 4º autor com mais estudos, além de outros autores. Ainda, há que se ressaltar a inexistência de colaboração entre Williams e Torgler (2 maiores autores), sendo as razões desse distanciamento alheias à pesquisa.

Figura 3: Países com mais artigos sobre moral tributária



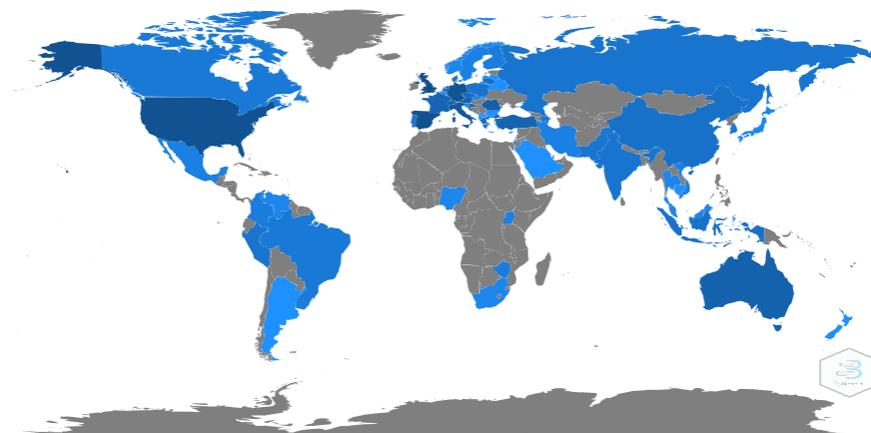
Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Em relação à nacionalidade desses autores, verifica-se que a maior ocorrência se dá na Inglaterra, sendo encontrados 45 artigos em que há autores ingleses, entre eles Williams. A Espanha vem em seguida com 30 artigos, entre eles Martinez-Vasquez. Completam a lista dos 5 países com mais artigos, os Estados Unidos com 29 artigos, Alemanha com 21 artigos e Itália com 17 artigos.

O Brasil apresenta apenas 2 artigos com autores brasileiros, sendo 1 exclusivamente com autores brasileiros (MARTINEZ; COELHO, 2019) tendo sido testada a moral tributária de cidadãos brasileiros pautada em fatores sociodemográficos e outro em parceria com autores internacionais (LIMA; ZAKLAN, 2008), em que o foco é a apresentação de um modelo baseado na física estatística, sem investigar influência institucional.

A figura 3 resume os 25 países que apresentam mais autores com trabalhos sobre moral tributária, sendo que a barra em vermelho indica a existência de artigos com autores de países diferentes (*Multiple Country Publications* - MCP), já a barra em azul indica que o trabalho possui autores exclusivamente do mesmo país (*Single Country Publications* – SCP). Verifica-se pelas barras vermelhas que é frequente a ocorrência de intercâmbio de autores no desenvolvimento dos trabalhos, sendo o Reino Unido responsável por mais da metade dos estudos.

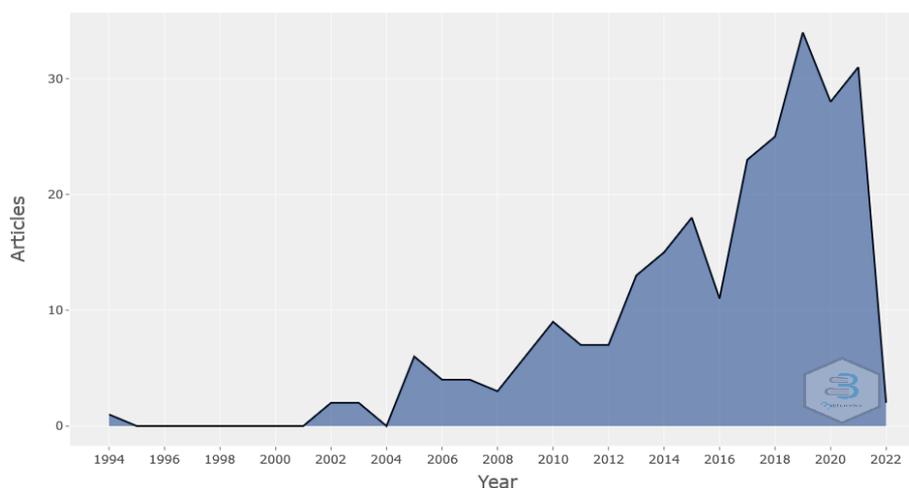
Figura 4: Mapa com publicações sobre moral tributária pelo mundo
Country Scientific Production



Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Para corroborar essa análise dos países, a figura 4 traz o mapa mundial apresentando os países em que há artigos publicados sobre moral tributária em azul, sendo que quanto mais escura a cor, maior a frequência de artigos. Já os países em cinza indicam que não houve estudos sobre moral tributária ainda. Pode-se perceber que as maiores frequências acontecem nos Estados Unidos e na Europa. Por outro lado, é possível identificar uma grande carência de estudos na África. O Brasil ocupa posição intermediária, visto que foram encontrados apenas 2 trabalhos, assim representa um campo nascente.

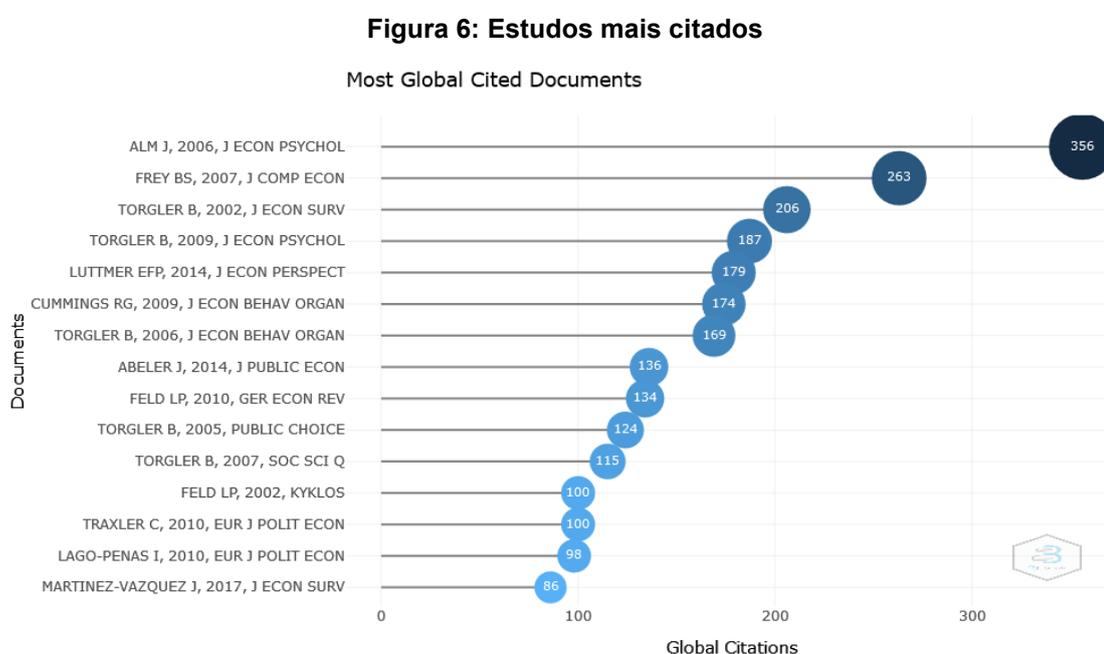
Figura 5: Evolução anual de publicações sobre moral tributária
Annual Scientific Production



Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Reconhecido esse contexto mundial dos estudos sobre moral tributária, passa-se à análise cronológica (figura 5).

O primeiro artigo encontrado sobre o tema foi em 1994, verificando-se uma lacuna de 8 anos para que novos estudos fossem realizados. Em 2002 Torgler inicia seus estudos sobre o tema com 1 artigo publicado. Em 2003 o autor publica mais 2 artigos, promovendo uma agenda de pesquisas nos anos que seguem. O pico de publicações foi observado no ano de 2019 com 34 artigos, se observando um leve recuo em 2020 com 28 artigos, seguida de novo aumento em 2021 (31 artigos). Observa-se uma crescente evolução de estudos, representando um campo promissor para os próximos anos.

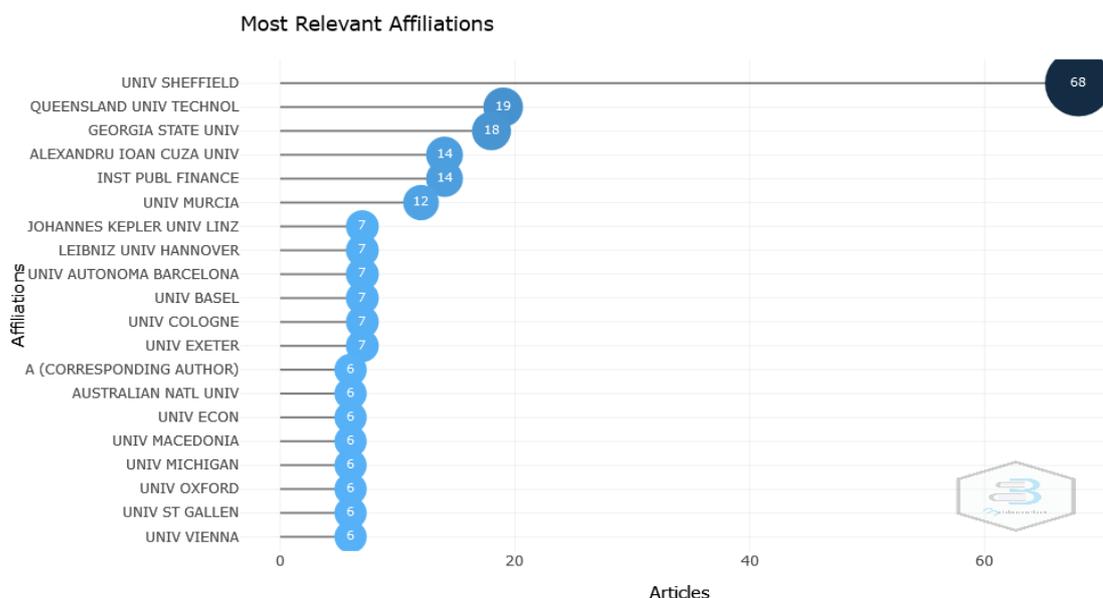


Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Embora tenha havido um artigo publicado no ano de 1994 sobre o tema, o que poderia indicar um artigo seminal, ao verificar os artigos mais citados (figura 6), foram encontradas apenas 70 citações sobre esse artigo, sendo que os 3 estudos mais citados apresentam mais 200 citações. Uma das possíveis justificativas para isso se refere à dificuldade de acesso, já que o mesmo sequer possui DOI (Identificador de Objeto Digital), com isso tem seu acesso prejudicado e, conseqüentemente, sua utilização como referência teórica. Aqui, neste estudo, não se utiliza de tal artigo como referência justamente por essa dificuldade de acesso.

Indo além, o trabalho mais citado nos estudos encontrados é o artigo *“Culture differences and tax morale in the United States and in Europe”* (Diferenças culturais e moral tributária nos Estados Unidos e na Europa) de Alm e Torgler (2006) com 356 citações, sendo seguido pelo artigo *“Tax morale and conditional cooperation”* (Moral tributária e cooperação condicional) de Frey e Torgler (2007) com 263 citações. Em terceiro lugar aparece Torgler (2002). Em vista disso, Torgler pode ser reconhecido como a maior referência sobre moral tributária, já que está presente como autor dos 3 trabalhos mais citados, bem como aparece em diversos outros estudos da lista. Curioso o fato de Williams não aparecer na lista, contudo isso pode ser explicado dado que a maioria dos estudos desse autor são recentes.

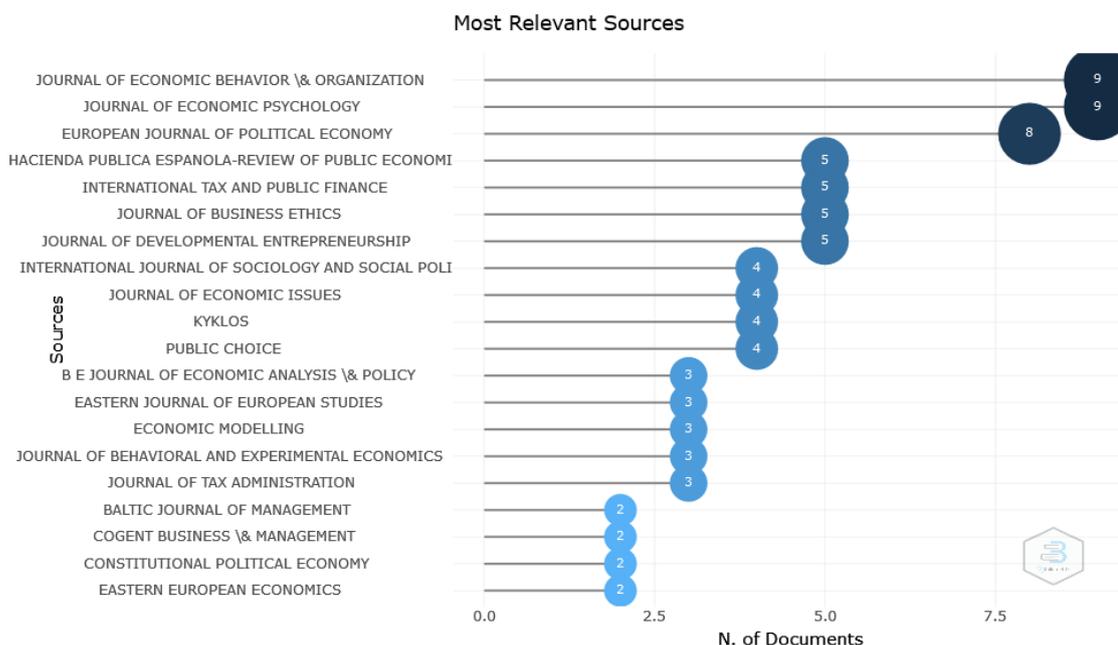
Figura 7: Afiliações mais relevantes (universidades ou organizações)



Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Buscando identificar a origem desses trabalhos, a figura 7 apresenta as universidades ou organizações a que os autores estão afiliados. Aqui, percebe-se uma liderança folgada da Universidade de Sheffield (Inglaterra), onde Williams e Horodnic são professores.

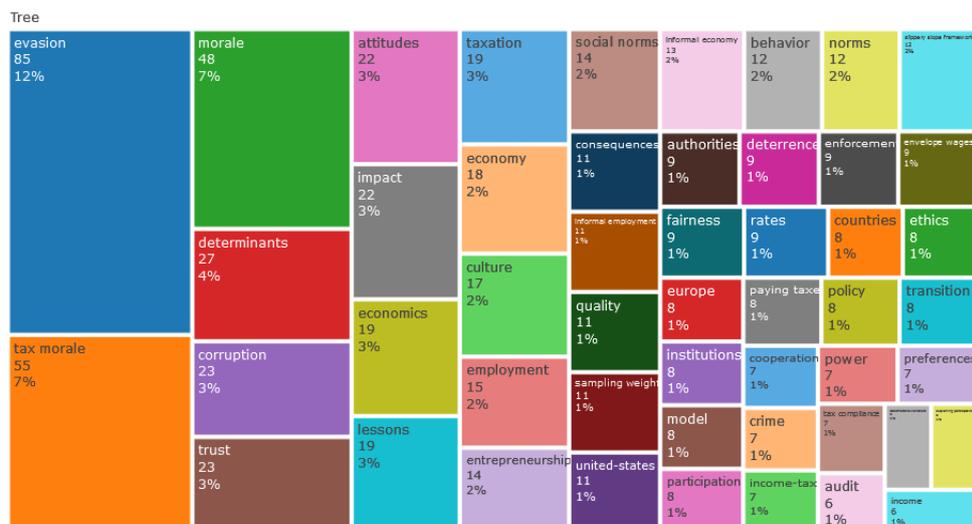
Figura 8: Fontes mais relevantes (periódicos)



Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Também contribuindo para identificar a origem desses trabalhos, são analisadas as fontes em que foram publicados esses trabalhos. Pode-se ver na figura 8 que há grande dispersão das publicações entre diferentes fontes. As maiores frequências são encontradas no “*Journal of Economic Behavior & Organization*” e no “*Journal of Economic Psychology*”. Bem próxima com 8 artigos, aparece o “*European Journal of Political Economy*”. Percebe-se que a maioria dos periódicos apresenta enfoque econômico, contudo é possível constatar uma diversidade de abordagens em outras áreas de conhecimento (política, comportamento, ética, psicologia, etc.), tendo-se encontrado também diversos periódicos com enfoque em gestão organizacional e empreendedorismo. Tudo isso contribui para confirmar a multidisciplinaridade do tema da moral tributária, bem como demonstrar a adequação e relevância do tema para os estudos organizacionais.

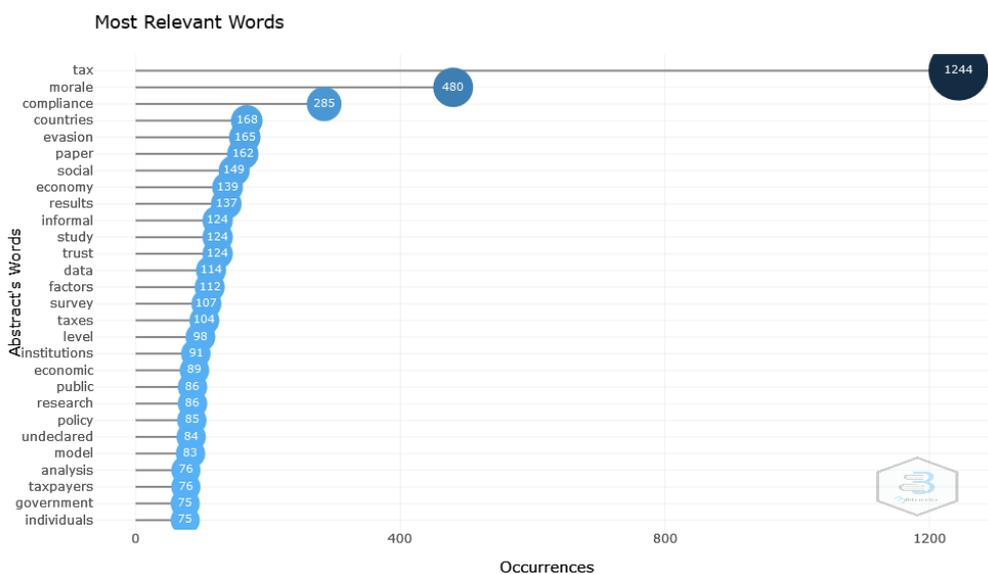
Figura 9: Mapa de árvore com termos de maior relevância



Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Explorando maiores detalhes sobre esses trabalhos, é possível também observar quais são os termos, palavras e temas que mais aparecem. Primeiramente é apresentado mapa de árvore com termos mais relevantes (figura 9), havendo destaque para os termos “evasão”, “moral tributária”, “moral”, “determinantes” e “corrupção”. Entre os 10 temas mais relevantes, apresentam também os termos “confiança”, “atitudes”, “impacto”, “econômicos” e “lições”. A pesquisa considerou apenas os 50 termos mais relevantes.

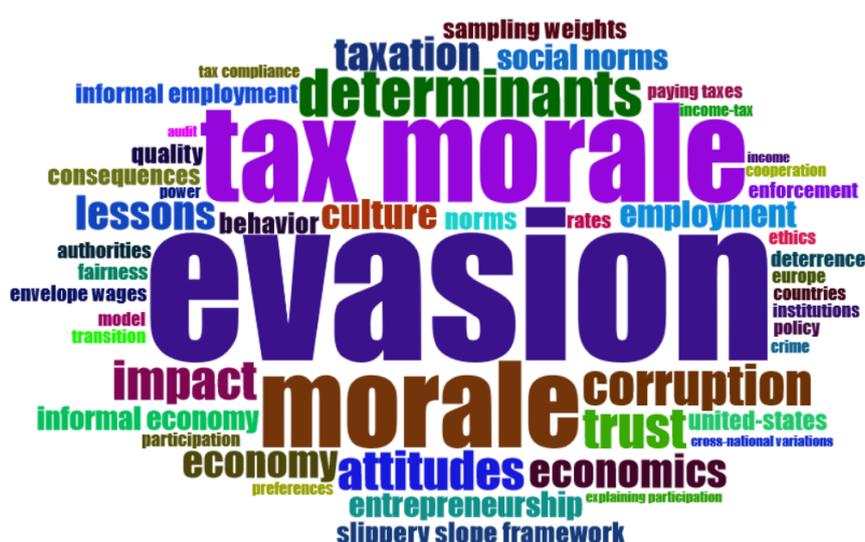
Figura 10: Palavras mais relevantes



Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Buscando apenas as palavras que mais aparecem (figura 10), podemos identificar a palavra “tax” com 1244 ocorrências, contudo sua tradução pode indicar diversos termos diferentes, como tributos, tributária, tributário, impostos, etc. Essa amplitude de significados pode justificar sua grande frequência. A palavra “moral” aparece logo após, sendo seguida por “conformidade”. Outras palavras também assumem destaque: países, evasão, social, economia, informal e confiança. Alguns termos apresentam frequência alta, mas não representam relevância, como as palavras artigo, resultados e estudo, os quais representam termos genéricos utilizados nos estudos que nada tem a ver especificamente com moral tributária.

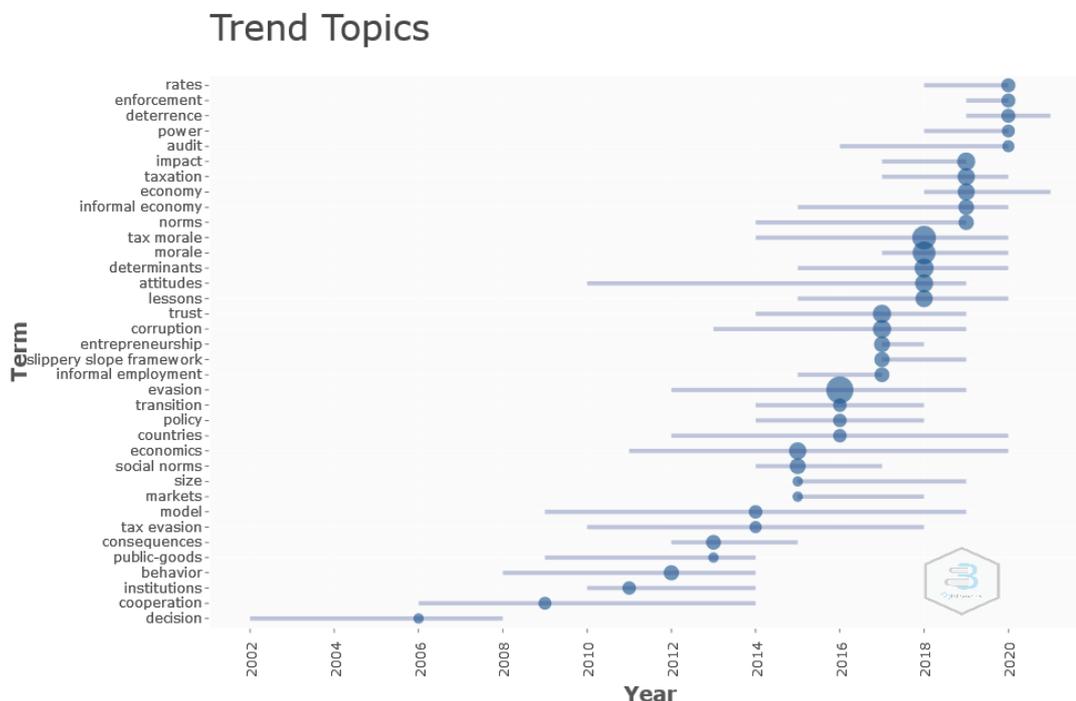
Figura 11: Nuvem e palavras com termos mais relevantes



Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Reconhecendo essa limitação na busca por palavras, recorre-se novamente à análise por termos relevantes, sendo agora apresentada a nuvem de palavras (figura 11). “evasão”, “Moral tributária” e “moral” são as mais relevantes. Outros termos que merecem destaque: determinantes, corrupção, confiança, impacto, atitudes, econômicos. Ademais, representando o contexto institucional tributário, emergem diversos termos: normas sociais, cultura, comportamento, normas, instituições, justiça, atitudes e confiança. Esses termos, embora possuam menor relevância que os demais citados, admitem grande potencial contributivo à teoria institucional, servindo de suporte teórico para diversos desses estudos.

Figura 12: Tópicos mais populares



Também é possível verificar a evolução dos temas mais populares ao longo dos anos (figura 12). Observa-se que o foco atual está em alíquotas (carga tributária), coerção, dissuasão, poder e auditoria. Todos os termos estão alinhados ao aspecto coercitivo, fortemente relacionado à atuação do Fisco. Por outro lado, algumas palavras tiveram maior destaque apenas até 2014: comportamento, instituições, colaboração e decisão.

Figura 13: Evolução dos temas ao longo dos anos

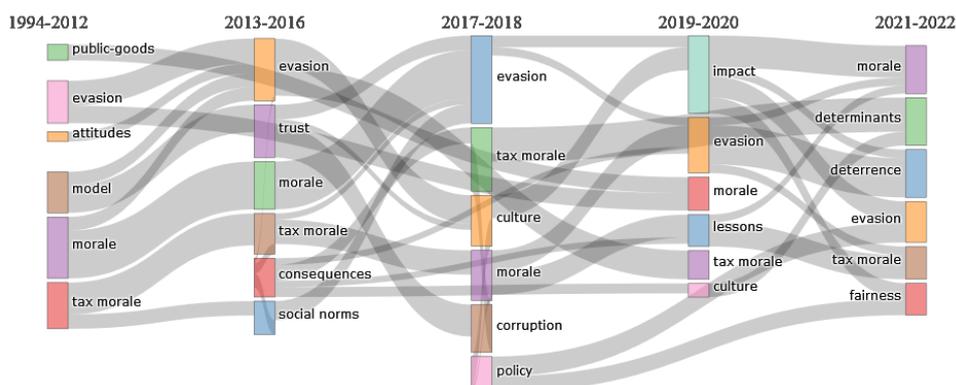
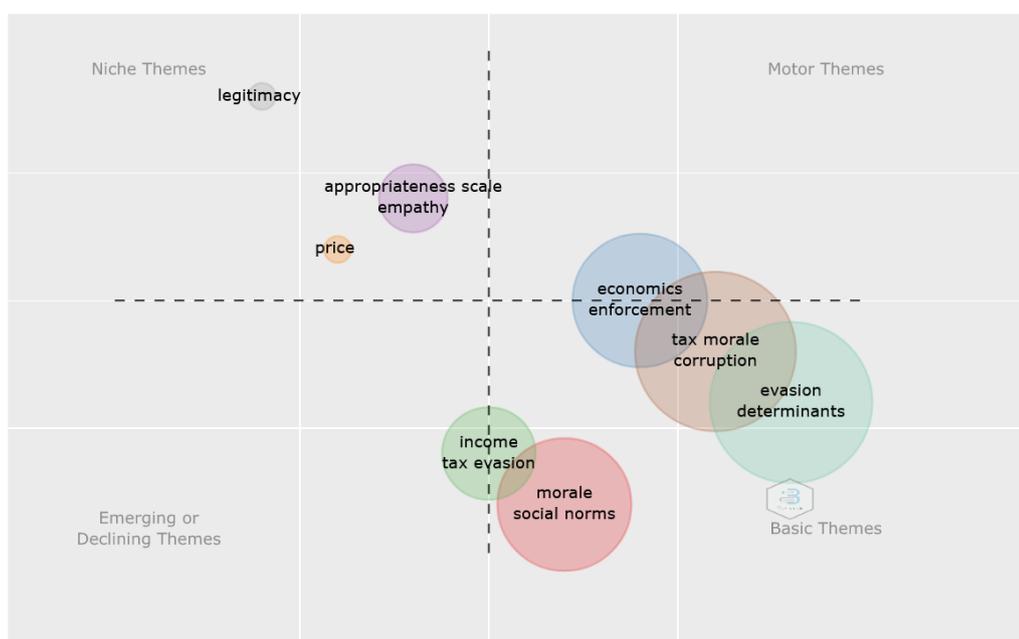


Figura 15: Mapa temático por temas básicos, motores, nichos e emergentes.



Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Por fim, com o objetivo de aprofundar essas relações, realiza-se também um mapa temático (figura 15), sendo identificados os temas básicos, temas motores, temas de nichos e temas emergentes ou em baixa. Moral tributária situa-se predominantemente como tema básico com leve participação como tema motor. O aspecto coercitivo se divide da mesma forma. Normas sociais são temas básicos. Sonegação e imposto de renda encontram abrigo como temas básicos, mas também como temas emergentes ou em baixa. Por fim, surgem alguns temas de nichos, destacando-se a legitimidade, trazendo o enfoque institucional.

Depois dessa breve análise bibliométrica inicial, volta-se a atenção para a conceituação de moral tributária.

2.2.2 Conceito

Torgler (2002) define moral tributária como a motivação intrínseca para pagamento dos impostos. Essa motivação intrínseca tem origem na psicologia, onde psicólogos sociais cognitivos identificaram que certos tipos de recompensas podem afetar a motivação para o pagamento de impostos, recompensas que inicialmente tinha impacto meramente econômico, na busca pela maior eficiência. Baseado nisso, Frey (2003) indica que intervenções (fatores) externas podem minar ou

fortalecer essa motivação intrínseca. Dessa forma, a depender de fatores alheios ao contribuinte, haverá forças que poderão influenciar essa disposição ao pagamento.

Outras abordagens podem ser encontradas na literatura, embora a essência dos conceitos seja a mesma. Braithwaite e Ahmed (2005) a definem como a obrigação interiorizada de pagar impostos. Corti et al. (2020) a apresentam como um “indicador de consciência tributária”. Já a OECD (2019)⁵ agrega a evasão fiscal nesse construto, indicando que “a moral tributária mede as percepções e atitudes dos contribuintes em relação ao pagamento e à sonegação de impostos”. Muitos estudos acabavam focando apenas na conformidade tributária. Nesse sentido, Parlaungan (2017) recomenda que os estudos promovam um exame abrangente da moral tributária, em que se leve em conta não apenas os contribuintes em conformidade, mas também aqueles que não o são (sonegadores). Dada a diversidade de conceitos, o quadro 1 apresenta alguns conceitos de moral tributária encontrados nos estudos mais recentes.

Quadro 1: Conceitos de Moral tributária encontrados na literatura

Autores	Ano	Conceito de moral tributária como...	Referência
Bilgin	2014	... motivação intrínseca para pagar impostos .	Torgler (2007)
Ibrahim et al.	2015	... motivação dos cidadãos de um país para pagar impostos, além das obrigações legais.	Daude <i>et al.</i> (2012)
Ibrahim et al.	2015	... atitude geral dos indivíduos em relação à tributação.	Dos autores.
Alasfour et al.	2016	... obrigação moral de pagar impostos.	Togler e Alm (2006)
Parlaungan	2017	... disposição para pagar impostos.	Braithwaite e Ahmed (2005, p. 534)
Parlaungan	2017 um nome coletivo para fatores e motivações não racionais.	Kornhauser (2007, p. 602-3)
Parlaungan	2017	...Cumprimento voluntário tributário.	Do autor.
Vythelingum et al.	2017	... uma obrigação moral de pagar impostos e contribuir para o bem-estar geral da sociedade.	(Torgler, 2003; Torgler, 2004; Torgler e Schneider, 2009).
OECD	2019	... percepções e atitudes dos contribuintes em relação ao pagamento e à sonegação de impostos.	Dos autores.
Radulović	2019	... motivação intrínseca para a conformidade tributária.	Luttmer e Singhal (2014)
Mickiewicz et al.	2019	... obrigação moral de pagar impostos e "uma crença em contribuir para a sociedade pagando impostos"	Torgler e Schneider (2009, p. 230)
Berdiev; Saunoris	2019	... obrigação moral de pagar impostos	Torgler e Schneider (2009, p. 232)
Mangoting et al.	2019	... motivação que leva os contribuintes a cometerem fraudes fiscais	Dos autores.
Martinez e Coelho	2019	... cumprimento voluntário da legislação fiscal, abrangendo motivações não pecuniárias.	Luttmer e Singhal (2014)
Nikulín	2020	... motivação intrínseca para pagar impostos	Torgler e Schneider

⁵ <https://www.oecd.org/tax/tax-morale-and-integrity-in-developing-countries-march-2019.htm>

			(2007)
Taing e Chang	2020	... motivação intrínseca, enraizada na percepção de que pagar impostos é uma obrigação	Cummings et al. (2009)
Kayaoglu e Williams	2020	... motivação intrínseca para pagar impostos	Torgler e Schneider (2007)
Pacaldo e Ferrer	2020	... motivação intrínseca, ética do contribuinte, normas sociais, percepções de poder e confiança, diferentes formas de cumprimento, e motivos de dissuasão	Alm e McClellan (2012)
Corti et al.	2020	... disposição para pagar impostos(...) ... um indicador de consciência tributária..	Dos autores.
Sazak Dogan	2020	... o princípio moral dos indivíduos ou valores pessoais relacionados ao comportamento dos indivíduos sobre o pagamento de impostos	Torgler e Murphy (2004)

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Observou-se que a maioria dos estudos definem a moral tributária como a motivação intrínseca ao pagamento de impostos, conceito que servirá de base para o presente estudo. Contudo, é importante ressaltar que essa motivação não pode se confundir com o comportamento efetivo, o qual pode se dar pela conformidade tributária, quando o empreendedor segue corretamente as obrigações tributárias pagando os impostos ou pela evasão fiscal, quando assim não o faz.

Figura 16: Diferença entre atitude e comportamento



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Segundo Torgler (2002, p. 658), a conformidade tributária representa a “ação finalmente observada”. O autor argumenta que, quando a moral tributária é alta (favorável), a conformidade tributária será relativamente alta. Assim, com o fim de “analisar o quebra-cabeça da conformidade tributária e da moral tributária, é importante analisar o processo e não apenas o resultado”.

Nesse sentido, Torgler (2003) ressalta que a moral tributária não mede comportamento (resultado) mas sim atitudes dos contribuintes (processo). Essas atitudes tomarão força para depois se transformarem em comportamento efetivo,

ajudando com isso na previsão da ação finalmente observada (conformidade ou evasão fiscal).

2.2.3 Abordagens

Indo além do conceito, diversos tipos de abordagens podem ser encontrados. A OECD (2019) divide os estudos sobre moral tributária em 2 grupos: sobre as atitudes no nível do indivíduo (cidadãos) e sobre atitudes no nível organizacional (empreendedores e gestores).

Quadro 2: Pesquisas recentes sobre moral tributária de indivíduos

Autores	Ano	Fatores institucionais	Fonte dos dados
Hantono	2021	Conhecimento tributário, Consciência tributária	Dados primários (<i>survey</i>)
Abdurrosid et al.	2021	Anistia tributária	Dados primários (<i>survey</i>)
Doğan	2020	Confiança no Parlamento e na Assembleia Nacional, confiança no governo, confiança nos tribunais, confiança nas pessoas, Importância da Religião, Satisfação com a Vida, Satisfação Material, visão política, orgulho nacional, Religiosidade, Capital de Responsabilidade do Estado	Dados secundários (dados em painel) - WVS
Kayaoglu e Williams	2020	Confiança no governo, Identidade étnica, cidadania, Identidade Religiosa, Aversão a risco, Religiosidade	Dados secundários (<i>survey</i>)
Corti et al.	2020	Satisfação pessoal, Carga tributária percebida, evasão fiscal percebida	Dados secundários (dados em painel)
McGee et al.	2020	Religiosidade	Dados primários (<i>survey</i>)
Pacaldo e Ferrer	2020	Execução fiscal do governo, administração tributária, taxas de imposto, confiança no governo, frequência de auditoria e inspeção fiscal, justiça tributária, complexidade tributária, confiança na justiça, corrupção	Dados secundários (dados em painel)
Taing e Chang	2020	Justiça tributária, confiança no governo, poder de autoridade, complexidade tributária, informações tributárias, conscientização tributária	Dados primários (<i>survey</i>)
Martinez e Coelho	2019	Dados sociodemográficos e sociodemográficos	Dados primários (<i>survey</i>)
Forteza e Noboa	2019	Confiança no governo, confiança nos servidores públicos, confiança na justiça,	Dados secundários (dados em painel) - WVS
Mangoting et al.	2019	Poder coercitivo (fiscalização tributária)	Dados primários (<i>survey</i>)
Rahman	2019	aspectos da administração tributária, aspectos da sanção tributária, aspectos do serviço tributário.	Dados primários (<i>survey</i>)
Tjondro	2018	Compromisso religioso, confiança no governo, Democracia, confiança nos outros, satisfação do contribuinte	Dados primários (<i>survey</i>)
Castañeda Rodríguez	2017	justiça percebida na relação estado-sociedade, Corrupção, Democracia, Confiança justiça tributária, carga tributária	Dados secundários (dados em painel)

Parlaungan	2017	Sentimento Tributário, Equidade do Sistema Tributário, Confiança no Governo, Confiança na Autoridade Tributária, Percepção do Sistema Jurídico, Atitude para a Democracia, Percepção do Bem Público, Sanções	Dados primários (survey)
Vythelingu m et al.	2016	Normas sociais, Dever cívico, Confiança no governo, Complexidade no sistema tributário, Sistema tributário justo, Confiança no sistema legal, Confiança na autoridade tributária, Respeito pelos auditores fiscais	Dados primários (survey)
Alasfour et al.	2016	Corrupção, Gastos governamentais eficientes, Carga tributária, Percepção de justiça, Restrições financeiras, Auditorias e taxas de penalidades, Religiosidade	Dados primários (survey)
Kondelaji et al.	2016	Importância da política, Importância da Religião, confiança no governo, Orgulho nacional, confiança nos outros, Satisfação Financeira	Dados secundários (dados em painel) - WVS
Ibrahim et al.	2015	Orgulho nacional, confiança no governo, confiança no parlamento, satisfação com a democracia	Dados secundários (dados em painel) - WVS
Bilgin	2014	Confiança nas entidades políticas, religião, orgulho nacional	Dados secundários (dados em painel) - WVS
Gerstenbluth et al.	2012	Corrupção, desigualdade social, desempenho macroeconômico	Dados secundários (dados em painel)

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Pode-se perceber na literatura que a grande maioria das pesquisas realizadas são referentes a indivíduos (quadro 2). Uma possível justificativa para isso é o fato de que há maior disponibilidade de dados para tais pesquisas. A maioria desses estudos sobre indivíduos acabam utilizando os dados da *World Values Survey* (WVS), uma pesquisa mundial onde são coletadas percepções de valores de uma amostra de cidadãos de cada país participante da pesquisa. Contudo reconhece-se limitação em relação à tal pesquisa tendo em vista que a moral tributária se referêcia à apenas 1 item do questionário:

“Por favor, diga-me para cada uma das seguintes afirmações se você acha que pode sempre ser justificado, nunca ser justificado, ou algo intermediário, usando este cartão.

Sonegar impostos se você tiver uma chance.” (WVS, 2020).

Nas pesquisas sobre moral tributária de indivíduos é possível identificar uma multiplicidade de fatores que são investigados, dentre eles são encontradas diversas percepções do contexto institucional. Essas percepções encontram diversas nomenclaturas e abordagens diferentes. O fator mais comum encontrado é a confiança no governo, seguida pela atuação da fiscalização tributária e a corrupção, mas emergem outros fatores que trazem a influência do contexto institucional sobre

a motivação ao pagamento de impostos. Ademais, percebe-se uma crescente abordagem institucional, em contraste aos primeiros estudos sobre a moral tributária que enfocavam mais os aspectos sociodemográficos e sociodemográficos.

Já as pesquisas com empreendedores (quadro 3) são mais raras e apresentam maiores limitações. Como as decisões nas empresas são tomadas por indivíduos, alguns dos fatores que influenciam esses indivíduos podem se espalhar para as empresas, principalmente em pequenas empresas (OECD, 2019), contudo em grandes empresas isso pode apresentar dissonância a medida em que se reconhecem múltiplas realidades organizacionais que podem levar a comportamentos destoantes entre o empreendedor e seus funcionários.

Sopesado isso, o maior desafio ainda é a falta de dados disponíveis. Enquanto a maioria dos estudos de MT de indivíduos utilizam os dados da WVS, os estudos sobre empreendedores acabam tendo dificuldades nesse aspecto, já que faltam dados do contexto organizacional empresarial, principalmente por representar um tema sensível que exige esforços adicionais na construção do instrumento de pesquisa. Assim, é possível verificar que a maioria dos dados de empreendedores é obtida por meio de levantamentos (*survey*), seja a coleta de dados de forma primária ou secundária. Apenas 2 pesquisas utilizam-se de dados em painel (dados oriundos de pesquisas longitudinais), são elas: Berdiev e Saunoris (2019) e Albulescu et al. (2016). Os demais estudos acabam se utilizando de estudos sobre percepções dos entrevistados realizadas por meios de questionários, cujo potencial acaba orientando a nossa atenção para utilização do mesmo.

Quadro 3: Pesquisas recentes sobre moral tributária de empresas.

Autores	Ano	Fatores investigados	Fonte dos dados
Le et al.	2021	Política e gestão tributária, compreensão tributária, percepção fiscal eletrônica, Desempenho dos negócios, Custos de conformidade fiscal, Ética tributária	Dados primários (<i>survey</i>)
Kassa	2021	Justiça Tributária, Conhecimento tributário, Normas subjetivas	Dados primários (<i>survey</i>)
Nikulín	2020	Qualidade de governança a administração tributária, Carga tributária percebida, Percepção da regulamentação como obstáculo	Dados secundários (<i>survey</i>)
Williams	2020	Justiça tributária, Corrupção, Instabilidade política	Dados secundários (<i>survey</i>)
Mickiewicz et al	2019	Confiança no governo, Confiança nas autoridades fiscais, Risco de detecção, Severidade das punições, Patriotismo, Pertencimento à comunidade	Dados secundários (<i>survey</i>)
Zelmiyanti e Suwardi	2019	Probabilidade percebida de auditoria, Sanções	Dados primários (<i>survey</i>)

Radulović	2019	Reprovação da Autoridade Tributária, Prevalência de corrupção, Alta carga tributária, Procedimentos fiscais complicados, Confiança no governo, Probabilidade de detecção	Dados secundários (survey)
Berdiev e Saunoris	2018	Efetividade do Governo, Poder da lei, Qualidade regulatória	Dados secundários (dados em painel)
Albulescu et al.	2016	Corrupção, Empreendedores movidos pela necessidade, Atividade empreendedora	Dados secundários (dados em painel)
Ostapenko e Williams	2016	Confiança, crenças na importância do esforço individual, moral generalizada, obediência, patriotismo, religião	Dados secundários (survey)

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Da análise do quadro 3, também é possível observar que nenhum dos trabalhos encontrados sobre empreendedores foi realizado no Brasil. Contudo, embora não tenha investigado os empreendedores, mas sim indivíduos (como visto no quadro 1), reconhece-se grande contribuição do trabalho pioneiro de Martinez e Coelho (2019) trazendo as características sociodemográficas e sociodemográficas e sua influência sobre a moral tributária dos cidadãos brasileiros. Porém, tal estudo não testou fatores institucionais.

Como visto, é possível identificar diversidade de modelos e técnicas utilizadas. Por essa abordagem multidisciplinar, a Moral Tributária acaba se alinhando à diversas teorias das ciências sociais, entre elas a ciência política, ciência econômica, psicologia, etc. Dentro da psicologia social, importante destacar o trabalho de Bandura (1999), que propõe uma teoria da desobrigação moral seletiva (desprendimento moral):

O desprendimento moral pode centrar-se na reestruturação cognitiva da conduta desumana em uma conduta benigna digna por justificação moral, linguagem higienizadora e comparação vantajosa; recusa de um senso de agência pessoal por difusão ou deslocamento de responsabilidade; desconsiderar ou minimizar os efeitos prejudiciais de suas ações; e atribuição de culpa e desumanização daqueles que são vitimados. (BANDURA, 1999, p.193),

O autor argumenta que embora um comportamento não se apresente moralmente correto, ele é justificado e, portanto, não admite sentimento de culpa e desumanização por parte de quem o faz, ou seja, não há remorso. Em relação à moral tributária, pode-se verificar sua manifestação a partir de diversos fatores que podem justificar a atuação dos contribuintes. Complementando essa abordagem, Kondelaji et al. (2016), também com base na psicologia social, propõe um modelo identificando os fatores determinantes da moral tributária, apresentando 4

categorias: capital social, situação econômica, cooperação condicional e aspectos demográficos. Aqui, percebe-se uma multidisciplinaridade de conceitos e contextos diferentes de pesquisas a depender dos objetivos e do escopo de pesquisa.

Diante disso, vários estudos empíricos foram realizados a fim de determinar quais são os fatores determinantes para essa moral tributária dos empreendedores, os quais servem de base para os aprimoramentos trazidos na presente pesquisa. Para isso, definimos a moral tributária como a motivação intrínseca ao pagamento de impostos. Aqui, propõe-se que essa motivação é influenciada pelo contexto institucional em que os atores sociais estão inseridos. Sendo assim, busca-se suporte na teoria institucional, a qual é apresentada a seguir.

2.3 PERSPECTIVA INSTITUCIONAL

A partir do reconhecimento da influência das instituições sobre o empreendedorismo e a tributação, bem como a importância da moral tributária nesse construto, a seguir são apresentados os conceitos norteadores da teoria institucional que servem de base para o presente estudo. A seção está dividida em 6 subseções. Na primeira são diferenciadas as abordagens encontradas na literatura, sendo seguida pela comparação entre os institucionalismos identificados. Já na terceira seção emergem os conceitos de instituições, sendo seguida pela apresentação e conceituação do contexto institucional tributário. Na quinta seção apresentam-se os conceitos de legitimidade e, por último, são apresentadas e conceituadas as pressões institucionais (percepções do contexto institucional tributário) identificadas na literatura.

2.3.1 Teoria institucional x neoinstitucional

A teoria institucional se propõe ao estudo das instituições. Trazendo para os estudos organizacionais, Chaerki, Ribeiro e Ferreira (2019, p. 66) propõem que a teoria institucional seja vista como o estudo do comportamento das organizações, investigando como os “atores organizacionais, em meio ao processo de construção do seu ambiente, recorrem às regras, normas e pressupostos que caracterizam dado setor ou campo organizacional em busca de legitimidade”. Daí decorrem

diversos conceitos que serão melhor entendidos a partir da abordagem que se estabeleça e direcione os estudos.

Na teoria institucional são encontradas duas escolas teóricas distintas em relação às instituições e organizações, são elas: tradicional e neoinstitucional. Peci (2006, p. 3) destaca que a abordagem tradicional trazia as “organizações como objeto e o ambiente como plano de fundo”, já a abordagem neoinstitucional traz as “organizações como consequências desse ambiente, ambiente esse que agora também inclui elementos simbólicos” (crenças e normas institucionalizadas). Dessa forma, o foco desse neoinstitucionalismo está no construtivismo social, que se dá fruto das relações entre as organizações e o ambiente (contexto institucional tributário). Chaerki et al. (2019) também destacam que na abordagem tradicional as organizações se transformavam em instituições, já no neoinstitucionalismo, as práticas é que são passíveis de transformação.

Aqui, neste estudo, reconhece-se as organizações como reflexos estruturais da realidade socialmente construída, condicionadas por seu ambiente institucional (MEYER; ROWAN, 1977). Nesse sentido, reconhecendo a existência de valores e normas sociais que refletem as ações dos atores sociais (empreendedores), adota-se uma abordagem neoinstitucional como suporte teórico ao presente estudo.

2.3.2 Institucionalismo

Hall e Taylor (2003) propõem três métodos de análise no neoinstitucionalismo: o institucionalismo histórico, o institucionalismo da escolha racional e o institucionalismo sociológico. Os autores destacam diferentes abordagens sobre as relações entre instituições e comportamento. No institucionalismo histórico há uma concepção mais ampla dessas relações, por vezes promovendo enfoque culturalista (social) e calculador (econômico), sendo que essa transitoriedade entre os dois campos acaba resultando na falta de precisão para definição de sua concepção. Já o institucionalismo da escolha racional (econômico) apresenta concepção mais precisa, contudo, acaba deixando de lado as motivações humanas, já que os modelos preditivos econômicos apresentam limitações quanto à identificação e mensuração de fatores exógenos referentes às preferências e identidades dos atores. Assim, o enfoque desse institucionalismo econômico são os cálculos estratégicos (utilitários) realizados pelos atores. Por fim,

o institucionalismo sociológico supre a lacuna deixada pela identificação das preferências e identidades subjacentes dos atores, promovendo enfoque cultural sobre a ação instrumental.

Em resumo, no institucionalismo histórico-político o foco está nas relações de poder, no qual busca-se a descrição dos fatos ao longo do tempo a fim de reconhecer a influência institucional, bem como onde os aspectos políticos estão no centro da análise (HALL e TAYLOR, 2003, p. 194). Já no institucionalismo econômico o foco está no ambiente técnico e competitivo, buscando-se a eficiência nas ações organizacionais, assim como, o contexto é visto como uma arena onde os atores executam as regras do jogo (NORTH, 1990, p. 3). Por fim, o institucionalismo sociológico tem foco na construção social da realidade (BERGER; LUCKMANN, 2004), trazendo um enfoque culturalista, sendo que as instituições surgem de interpretações compartilhadas (simbólicas).

Guarido et al. (2009, p. 2) destacam também que essa vertente sociológica do institucionalismo organizacional tem foco no “modo como valores institucionalizados na sociedade permeiam estruturas e formas organizacionais”. Dessa forma os autores indicam que as análises de aspectos instrumentais (foco do institucionalismo econômico) podem ser aprimoradas a partir de reflexões sobre elementos culturais e simbólicos (foco do institucionalismo sociológico). Meyer e Rowan (1977) ressaltam a existência de mitos institucionais que tomam força sobre as práticas desenvolvidas pelas organizações, reconhecendo que a busca pela legitimidade vai além da eficiência (foco do institucionalismo econômico). Scott (2008) também reforça que esse institucionalismo sociológico se diferencia por considerar que as organizações também são influenciadas tanto por aspectos simbólicos, sob forma de elementos culturais e sociais, quanto por estruturas cognitivas.

Em vista disso, a motivação dos empreendedores ao pagamento de impostos se adequa à abordagem trazida pelo institucionalismo sociológico, já que reconhece-se a existência de elementos culturais e sociais, que vão além dos cálculos estratégicos voltados à eficiência, que poderão influenciar essa motivação.

2.3.3 Instituições

Na busca por uma definição de instituição, diversas abordagens distintas são encontradas na literatura. Aqui, encontra-se suporte no conceito proposto por Scott (2008), em que as instituições são vistas como sistemas multifacetados que são conduzidos e dão forma ao comportamento social. Nesse sentido, o autor indica que as regras, normas e significados surgem na interação e são preservados e modificados pelo comportamento humano. Ou seja, há uma construção social. O autor ainda destaca que a ação social é sempre fundamentada nos contextos sociais, levando em conta as regras sociais e diretrizes de comportamento presentes. Reforçando esse conceito, Peci, Vieira e Clegg (2006) propõem que uma instituição é um modelo de referência (compartilhado e não questionado) do ator social. O foco está no entendimento compartilhado, construído socialmente. Chaerki et al. (2019) aponta que esse sistema social será composto por elementos, padrões, modelos legitimados no ambiente, os quais moldarão as ações dos atores sociais:

instituição como um sistema social perene, dinâmico e evolutivo que é produto da interação social e composto por elementos simbólicos, padrões, referências, modelos de expectativas e recursos materiais espaciotemporalmente aceitos como legítimos naquele ambiente que, dialeticamente, constrange e habilita as ações dos atores sociais na construção do seu ambiente. Estes mesmos atores interpretam o ambiente, segundo seus graus de liberdade, a fim de recorrer às estruturas existentes por meio de entendimentos cognitivos, padrões esperados de conduta e/ou por meio de sua base mandatária de regras, normas e pressupostos que caracterizam dado campo organizacional e oferece relativa certeza quanto ao comportamento dos demais atores envolvidos. (CHAERKI et al., 2019, p. 68)

Desta forma, evidencia-se o papel dos atores sociais na interpretação desse ambiente, recorrendo às instituições (elementos simbólicos, padrões, referências, modelos de expectativas, recursos legitimados) para agirem de acordo com o comportamento esperado pelos demais atores. No campo organizacional isso toma força sobre as estratégias dos empreendedores, pois haverá forças sociais, culturais e regulatórias que podem influenciar suas ações.

Reconhecendo essa relação entre instituições e organizações, é possível verificar que muitas vezes esses conceitos se confundem. Peci (2006) aponta a existência de duas abordagens distintas quanto à concepção de instituição. A primeira diz respeito à visão da organização como instituição, as quais representam importantes fontes de institucionalização. Já a segunda abordagem leva em conta o contexto como instituição, onde as instituições são externas à organização e relacionadas com o Estado. Dessa forma, reconhecendo esse contexto institucional,

assim como o campo organizacional e o ambiente da organização, a autora aponta a existência de três níveis de análise baseados nesse conceito de institucionalização (quadro 4).

Quadro 4: Níveis de análise na teoria institucional

Contexto da institucionalização	Abrangência	Fonte primária de Institucionalização	Problemática
Contexto institucional	“posições políticas, programas e procedimentos da moderna organização [...] são manifestações de poderosas regras institucionais que funcionam como mitos altamente racionalizados” (Meyer e Rowan, 1977, p.343)	Estado	As organizações tornam-se “audiência” passiva de conhecimento institucional, porque as regras formam-se a partir do Estado ou até do sistema mundial
		Sistema mundial	
Campo organizacional	“Organizações que, em suma, constituem um campo reconhecido de vida institucional” (DiMaggio e Powell, 1983, p.148)	Redes inter-organizacionais	Embora a maioria das relações possam ser estabelecidas entre as organizações do mesmo “campo”, a institucionalização pode transcender as fronteiras de um único campo
		Outras organizações	
Estrutura interna da organização	Organização isolada. Às vezes, redes interorganizacionais	Indivíduos interagindo nas organizações	Não consegue estabelecer um esquema teórico coerente, que possa levar em consideração o ambiente institucional

Fonte: Peci 2006 (adaptado de Zucker 1987)

Embora esse nível de análise esteja relacionado à institucionalização (criação de instituições), enquanto esse estudo assume a investigação das relações entre as organizações e o ambiente, tomamos como referência para definir como se estabelecem as instituições no ambiente e conseqüentemente, como elas atuam sobre os atores sociais. Deste modo, para fins deste estudo, toma-se o contexto institucional tributário como instituição, reconhecendo o papel estatal, sendo o Estado a fonte primária de institucionalização. Contudo, embora as regras se formem a partir do Estado, os atores sociais constroem (não apenas reagem) esse ambiente, por isso busca-se adequação ao suporte social e cultural para fins de análise de sua influência sobre as preferências dos atores sociais (empreendedores).

2.3.4 Contexto institucional tributário

Reconhecendo o contexto como nível de análise, emerge a necessidade de conceituação desse contexto institucional em que as organizações estão inseridas. Contudo, antes se faz necessário apresentar o conceito de organizações. Srouf (1998, p. 107) define organizações como “coletividades especializadas na produção de um determinado bem ou serviço”. Aqui, encontra-se um enfoque na atividade empresarial. Já Baremblytt (2002, p. 161) apresenta as organizações como “formas materiais nas quais as instituições se realizam ou encarnam”. Seguindo essa concepção, há um enfoque mais amplo, apresentando alinhamento às instituições. Ou seja, há um agregamento das organizações que formará o contexto institucional.

Jacometti, Gonçalves e Castro (2014) apresentam o contexto institucional como o conjunto dos elementos ambientais de natureza institucional e técnica que envolve as organizações e com o qual elas interagem. Nesse sentido, o contexto institucional é, portanto, baseado em regras, normas e crenças em torno da atividade econômica que definem ou reforçam o comportamento econômico socialmente aceitável (Oliver, 1997, apud HOLM, 2014). Dentro do sistema tributário e das políticas tributárias, esse contexto institucional tem um papel bastante relevante, caracterizando a forma como as regras normas e crenças em torno da tributação tem reflexo sobre a evasão fiscal. Assim, emerge a necessidade de reconhecer a importância de investigar o contexto institucional tributário como campo de análise.

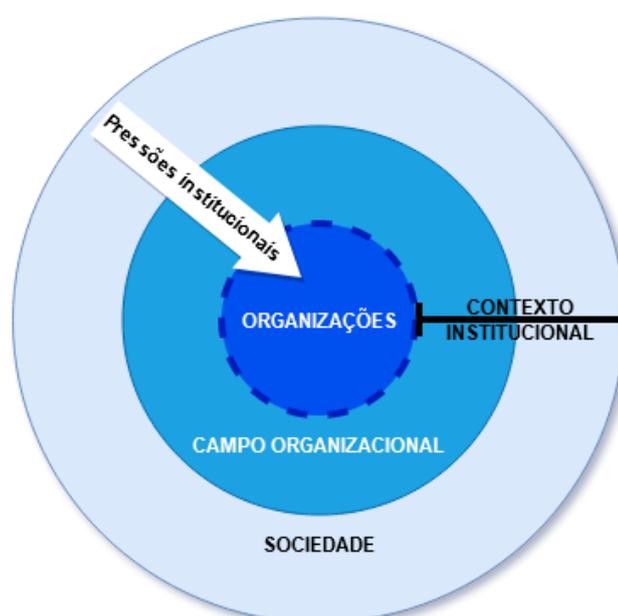
Reconhecendo que essas organizações estão inseridas em um contexto institucional, é possível observar duas abordagens distintas na literatura. Smets et al. (2017) apontam que, enquanto na abordagem tradicional o contexto institucional se refere a uma força persuasiva externa, na abordagem neoinstitucional o contexto institucional faz parte de um “todo relacional”. Meyer (2018) corrobora indicando que, na abordagem neoinstitucional, os atores são substancialmente controlados por contextos institucionais, contextos esses que não são meramente frutos de construções sociais dos atores contemporâneos, mas tem origens históricas anteriores e exógenas. Na mesma linha, Wooten e Hoffman (2016) indicam que o foco está em como as escolhas sociais são moldadas, mediadas e chanceladas (legitimadas) pelo ambiente institucional.

Ademais, há que se distinguir contexto institucional de campo organizacional. DiMaggio e Powell (2005) definem campo organizacional como “organizações que, em conjunto, constituem uma área reconhecida da vida

institucional: fornecedores-chave, consumidores de recursos e produtos, agências regulatórias e outras organizações que produzam serviços e produtos similares” (p. 76). Aqui, verifica-se uma rede interorganizacional que compartilha de significados comuns e interagem frequentemente, sendo que, no presente estudo, isto pode ser visto no setor de telecomunicações. Esses estudos que delimitam o campo organizacional estão mais relacionados a institucionalizações e menos às relações entre atores e instituições, o que estaria mais alinhado ao contexto institucional.

Dada a existência de múltiplas relações dos atores sociais com o Estado, com a sociedade e não apenas dentro do seu campo organizacional, o contexto institucional traz um conceito mais amplo, que em nosso caso está relacionado aos elementos relacionados à realidade tributária, ou seja, o contexto institucional tributário. Ademais, esse contexto institucional tributário deve levar em conta não apenas o campo organizacional, mas também a sociedade em que os empreendedores estão inseridos (figura 16). Essa sociedade é conceituada por Baremblytt (2002, p. 27) como “um tecido de instituições que se interpenetram e se articulam entre si para regular a produção e a reprodução da vida humana sobre a terra e a relação entre os homens”. Com isso, o contexto institucional tributário traz a importância de reconhecer não apenas os elementos regulatórios e normativos (campo organizacional), mas também os aspectos sociais e culturais (sociedade).

Figura 17: Contexto institucional e pressões institucionais



Fonte: Adaptado de Holm (2014)

Alinhado a esses conceitos, no presente estudo, assume-se que as empresas podem ser vistas como organizações, o campo organizacional pode ser definido como o setor de telecomunicações, contudo o estudo da moral tributária desses empreendedores transpõe os limites desse campo organizacional e da organização, já que as pressões institucionais devem levar em conta também a influência social na ação e atitude desses empreendedores. Nesse sentido, para este estudo, entende-se que o campo organizacional está inserido no contexto institucional tributário e, por isso, não deve ser analisado individualmente, mas sim conjuntamente, reconhecendo-se os aspectos culturais e sociais presentes na sociedade.

2.3.5 Legitimidade

Definido o contexto institucional, a legitimidade surge como um fator importante para definir como estão estabelecidas as regras sociais (instituições) nesse ambiente. Segundo Suchman (1995, p. 574), a “legitimidade é a percepção generalizada de que as ações organizacionais são desejáveis ou apropriadas dentro de algum sistema socialmente construído de normas, valores, crenças e definições”. Scott (2008, p. 59) também ressalta o papel dos elementos cognitivos, indicando que a legitimidade é “uma condição que reflete a consonância percebida com regras e leis relevantes, suporte não nativo ou alinhamento com estruturas culturais-cognitivas”. Ou seja, a legitimidade traz a existência de um “comportamento esperado”, onde os atores compartilham interpretações cognitivas de como as coisas devem ser feitas.

Para os institucionalistas sociológicos, as organizações adotam novas práticas institucionais pensando menos no aumento da sua eficiência e mais com o reforço à sua legitimidade social (HALL e TAYLOR, 2003, p. 211). Greenwood, Hinings e Whetten (2014) reforçam esse entendimento apontando que as organizações estão inseridas em um contexto institucional de ideias e crenças culturais (instituições) que prescrevem maneiras apropriadas e socialmente legítimas de fazer coisas. Na mesma linha, Deephouse e Suchman (2008) propõem o conceito de diretrizes de legitimidade, que representam também essas construções

sociais incorporadas na sociedade, mas que podem estar em fluxo e variar de acordo com as condições locais e não são aplicadas de forma consistente ou formal.

As diretrizes de legitimidade são construções abstratas relevantes para a legitimidade incorporadas na sociedade em geral, como a linguagem, valores, normas, regras sociais, etc. Nós usamos o termo "diretrizes" para destacar o fato de que estas construções podem estar em fluxo, podem variar de acordo às condições locais, e não podem ser aplicadas como estritamente, de forma consistente ou formal, como pode estar implícito na frase mais comumente usada "regras sociais". (DEEPHOUSE e SUCHMAN, 2008, p. 69)

Os autores também trazem o conceito de sujeitos de legitimação, que representam as "entidades, estruturas, ações e ideias cuja aceitabilidade está sendo avaliada" (p. 54). Destacando essa aceitabilidade, Guarido et al. (2009) argumentam que a legitimidade representa a adequação e aceitabilidade dos valores sociais. Ou seja, o foco da legitimidade está na avaliação e aceitabilidade das instituições, cuja atribuição é dos atores sociais.

Diante disso, a avaliação dos empreendedores em relação à adequação de suas atitudes e comportamentos frente ao contexto institucional tributário vai determinar como se dá a motivação deles ao pagamento dos impostos (moral tributária), ajudando com isso na investigação dos motivos que podem justificar o comportamento de evasão fiscal.

2.3.6 Pressões institucionais

A partir da legitimidade, podemos então identificar quais pressões institucionais presentes no contexto institucional que legitimam a ação dos atores sociais e das organizações. Menguc, Auh e Ozanne (2010, p. 285) definem essas pressões institucionais como "forças sociais, legais e culturais externas à empresa que exercem influência sobre como os gerentes percebem o ambiente e eventualmente moldam e determinam decisões estratégicas e comportamentos".

Zucker (1987) aponta que as organizações são influenciadas por pressões institucionais endógenas e exógenas à organização, frutos de elementos legitimados pelos atores, oriundos de procedimentos, certificação e coerção do Estado.

As teorias institucionais das organizações fornecem uma visão rica e complexa das organizações. Nessas teorias, as organizações são

influenciadas por pressões normativas, ora advindas de fontes externas como o Estado, ora advindas de dentro da própria organização. Sob algumas condições, essas pressões levam a organização a ser guiada por elementos legítimos, desde procedimentos operacionais padrão até certificação profissional e exigência de estado, que muitas vezes têm o efeito de desviar a atenção do desempenho das tarefas. A adoção desses elementos legitimados, levando ao isomorfismo com o ambiente institucional, aumenta a probabilidade de sobrevivência. (ZUCKER, 1987, p. 443)

Dado o enfoque de sobrevivência, focado na eficiência, percebe-se uma visão focada no institucionalismo da escolha racional. DiMaggio e Powell (2005) argumentam que as pressões institucionais vão dar origem à homogeneização das organizações (isomorfismo), resultado de pressões regulatórias, normativas e também miméticas. Enquanto pressões coercitivas (regulatórias) representam necessidade de adequação a regras, leis e sanções; pressões normativas estão associadas à profissionalização; e, por fim, as pressões miméticas representam a necessidade de adequação a crenças comuns e entendimentos compartilhados, que resultam respostas padronizadas à incerteza.

Por outro lado, Oliver (1991) aponta a necessidade de reconhecer a importância da resistência organizacional, já que as organizações podem se conformar ou resistir à essas pressões institucionais. Ou seja, não são meros atores sociais reativos (passivos). Dessa forma, as respostas dos atores sociais dependem do ambiente em que estão inseridos e podem gerar conformidade ou resistência.

...a estrutura institucional pode acomodar prontamente uma variedade de respostas estratégicas ao ambiente institucional quando o grau de escolha e atuação que as organizações exibem em resposta às restrições e expectativas institucionais não são considerados invariantes em todas as condições institucionais. (...) Quando as organizações não são consideradas invariavelmente passivas ou ativas, conformadas ou resistentes, então as respostas ao ambiente institucional tornam-se comportamentos a serem previstos em vez de resultados teoricamente predefinidos dos processos institucionais (OLIVER, 1991, p. 174)

Diante de todos esses conceitos, este estudo apropria-se do neoinstitucionalismo ao reconhecer um ambiente construído ativamente pelos atores sociais (MEYER; ROWAN, 1977), estando com isso alinhado ao institucionalismo sociológico à medida que reconhece também a influência de elementos simbólicos e cognitivos, (SCOTT, 2008). Quanto ao conceito de instituições entende-se que representa um sistema multifacetado que rege as relações sociais (SCOTT, 2008) dentro de um contexto institucional. Esse contexto institucional representa o

agregamento do campo organizacional e da sociedade em que os atores estão presentes (HOLM, 2014), em especial traz os elementos institucionais relacionados ao sistema tributário, o que pode ser denominado de contexto institucional tributário. Nesse contexto tributário, haverá pressões institucionais, ou seja, forças sociais, legais e culturais que agirão sobre esses atores sociais (MENGUC et al. 2010). Essas pressões terão influência sobre os atores sociais à medida que for reconhecida sua legitimidade, a qual representa a aceitabilidade e adequação dos valores sociais (GUARIDO et al. 2009).

Trazendo para a tributação, diversos estudos buscaram identificar como essas pressões institucionais influenciam a moral tributária, as quais podem ser mensuradas a partir das percepções dos atores sociais sobre o contexto institucional tributário. Kayaoglu e Williams (2020) destacam que o comportamento dos contribuintes reflete as regras regulatórias, normativas e cognitivas de seus ambientes institucionais. Essas regras institucionais podem representar suas percepções do contexto institucional tributário, as quais tomam força sobre as atitudes e ações dos atores sociais, promovendo pressões institucionais sobre eles. Nesse sentido, Scott (2008) destaca a ênfase dada pelos teóricos cognitivos aos elementos simbólicos que tomam força sob forma de percepções e interpretações baseadas nas instituições ali presentes.

Os teóricos cognitivos enfatizam a importância de categorias, distinções e tipificações comuns como formadoras de percepções e interpretações; teóricos normativos acentuam valores compartilhados e expectativas normativas que orientam o comportamento; e os teóricos da regulação apontam para o papel desempenhado pelas convenções, regras e leis. (SCOTT, 2008, p.80)

Diante disso, neste estudo, as pressões institucionais (forças sociais, culturais e legais) alteram e formam as percepções dos empreendedores sobre o contexto institucional tributário em que fazem parte, influenciando assim a moral tributária deles, sendo então apresentadas a seguir e identificadas na literatura de moral tributária.

2.3.6.1 Confiança no Governo

A OECD (2019, p. 21) destaca que “um traço comum de todos os fatores determinantes encontrados na literatura sobre moral tributária é que o desempenho

do governo e sua capacidade de resposta às necessidades dos cidadãos impulsionam a MT”. Assim, a confiança na atuação do Governo assume importância dentro do contexto institucional tributário. Em alinhamento a isso, Alasfour, Samy e Bampton (2016) destacam que a evasão fiscal será menos aceitável quando o governo gastar a receita fiscal de forma eficaz. Kayaoglu e Williams (2020) também destacam que a confiança do Governo pode ser vista como uma pressão institucional normativa, representada pela percepção de legitimidade do Estado para arrecadar e gastar o dinheiro dos tributos, isto é, os cidadãos pagam tributos que suportam o Estado e assim esperam um retorno dele (reciprocidade). Aqui, a legitimidade estatal assume relevância. Nessa linha, Pacaldo e Ferrer (2020) argumentam que a confiança no Governo representa como os contribuintes veem a aceitabilidade e a legitimidade das ações do governo, assim como Everest-Phillips e Sandall (2009) ressaltam que essa legitimidade estatal é essencial para qualquer sistema tributário.

Reconhecendo essa contraprestação do Governo (reciprocidade), alguns autores trazem a tributação como um contrato entre o Governo e os contribuintes. Luttmer e Singhal (2014) argumentam que os contribuintes podem ver os impostos como parte de um contrato social, no qual os pagamentos de impostos são feitos em troca de serviços prestados pelo Estado, assim havendo necessidade de uma contrapartida pelo dinheiro pago. Sjoberg et al. (2019) destacam que a reciprocidade está no cerne desse contrato social, interligando os impostos aos gastos do Governo.

Ibrahim et al. (2015, p. 412) propõem uma abordagem mais ampla, indicando que essa construção da confiança e da segurança entre os contribuintes implica em uma “gestão eficaz do erário público, boa governança e transparência, combate à corrupção, cumprimento do Estado de direito e fornecimento de bens e serviços públicos”. Leonardo et al. (2017) corroboram indicando que essa confiança é afetada também pela maneira como os cidadãos são tratados ao interagir com as instituições governamentais na entrega regular de bens e serviços públicos.

Diversos estudos empíricos testaram essa influência da confiança no Governo sobre a Moral Tributária dos contribuintes. Alm e Gomez (2008) concluíram que a moral tributária de um indivíduo é significativamente e positivamente associado à sua “percepção dos benefícios derivados para a sociedade da entrega pública de bens e serviços”. Daude Gutierrez e Melciuizo (2013) também

encontraram influência positiva, recomendando mais transparência e eficiência na utilização das receitas a fim melhorar a moral tributária. Jolodar, Ahmadi e Imankhan (2019) trazem o conceito de confiança nas autoridades, o qual apenas apresenta nomenclatura diferente, porém mede a mesma confiança no Governo, tendo também encontrado influência positiva. Da mesma forma, Kayaoglu e Williams (2020) identificaram influência positiva significativa sobre a moral tributária.

Assim, com base na literatura apresentada, a confiança no Governo pode ser vista como uma pressão institucional que representa a percepção dos atores sociais (empreendedores) sobre a atuação do Governo em um contexto institucional tributário, o que indica a legitimidade do Estado para receber seu dinheiro através dos impostos. Isso pode ser mensurado pelas percepções da boa aplicação da receita dos impostos, da qualidade dos serviços públicos, da transparência das ações governamentais e da interação com empreendedores. Então, reconhecendo a influência positiva identificada nos estudos empíricos anteriores, justifica-se a inclusão da seguinte hipótese:

H1) A percepção de Confiança no Governo exerce influência positiva na moral tributária dos empreendedores.

2.3.6.2 Justiça Tributária

O sistema tributário pode apresentar falhas no tratamento entre os contribuintes, quer pela imposição de regras mais benéficas a determinados grupos econômicos, favorecimento às elites, benefícios fiscais desproporcionais, etc. Isso pode influenciar a decisão de conformidade tributária, já que o reconhecimento de privilégios ou benefícios a quem não paga tributos pode desmotivar o pagamento.

Tax Justice Network (2021) definem a justiça tributária como “conjunto de atividades que analisam e explicam os impactos nocivos de práticas tributárias abusivas”. Essas atividades assumem importância no contexto institucional, já que a percepção de injustiça pode servir de justificativa para a evasão fiscal.

Castañeda Rodríguez (2017) aponta que a falta de um tratamento equitativo entre os contribuintes pode implicar em uma perda de receita. Mesmo entendimento de Garcia et al. (2020), que argumentam que o comportamento de conformidade dos contribuintes pode ser afetado por sua própria percepção da justiça do sistema tributário (justiça tributária).

Taing e Chang (2020) ressaltam que os contribuintes pagarão impostos voluntariamente se perceberem que a autoridade tributária os trata de forma justa, ou seja, estarão motivados a pagar (moral tributária) quando houver uma norma subjetiva (pressão social) reconhecendo a existência de um sistema tributário justo, representado pelo grau de justiça no sistema tributário.

Também reconhecendo a importância das percepções da justiça tributária, Mickiewicz et al. (2019) indicam que elas podem ser mais bem medidas e alcançadas pela percepção de ausência de arbitrariedades e favoritismos (ex: benefícios fiscais) na prestação de serviços públicos, ou seja, na justiça distributiva. Assim, Mellon (2021) recomenda que os esforços para conter o uso indevido do sistema tributário pela elite podem ter efeitos benéficos para a conformidade tributária do restante da população.

Propondo um conceito mais amplo, Williams (2010) divide essa justiça tributária em três enfoques: quando os contribuintes acreditam que estão pagando sua parte de maneira justa comparado aos demais, quando os contribuintes percebem que recebem os bens e serviços públicos de maneira justa (justiça redistributiva) e quando os contribuintes percebem que as autoridades tributárias os tratam de maneira imparcial e respeitosa (justiça processual).

Nesse sentido, Horodnic (2018) recomenda que se realizem melhorias nessa justiça processual, onde os contribuintes devem perceber que a parte que pagam é justa em comparação com a parte paga pelos demais. Da mesma forma, Williams e Horodnic (2015) também recomendam melhorias na justiça processual, a fim de que tanto os empregados quanto os empregadores acreditem que pagam sua parte justa em comparação com os demais.

Foram encontrados alguns estudos empíricos testando a influência dessa justiça tributária. Castañeda Rodríguez (2017) concluiu que a falta de um tratamento equitativo entre os contribuintes leva a uma moral tributária menor. No mesmo sentido, Alasfour et al. (2016) mostraram que a MT é afetada positivamente pelo fato de o sistema tributário ser percebido como injusto, concluindo então que a evasão fiscal será mais aceitável quando o sistema tributário for considerado injusto. Ainda, Taing e Chang (2020) mostram que a intenção de conformidade (cujo conceito remete à moral tributária, embora com nomenclatura diversa) é influenciada pela percepção de justiça das normas sociais (normas subjetivas), concluindo que a

justiça percebida no sistema tributário melhora a moral tributária, tendo um efeito mais robusto do que a confiança no Governo.

Diante disso, a justiça tributária representa uma pressão institucional que está relacionada à percepção do tratamento isonômico entre contribuintes conforme sua capacidade contributiva, assim como de uma legislação tributária justa, da carga tributária justa e da fiscalização tributária tratando os contribuintes com isonomia. Conforme evidências encontradas nos estudos anteriores, um sistema tributário percebido como justo pode incrementar a moral tributária dos contribuintes. Sendo assim, propõe-se a seguinte hipótese de pesquisa:

H2) A percepção dos empreendedores de que o sistema tributário é justo exerce influência positiva na moral tributária.

2.3.6.3 Corrupção

As percepções sobre a aceitabilidade da corrupção também se tornam um elemento importante de investigação, já que a corrupção pode ser um álibi para a evasão fiscal em contextos institucionais que a legitimem. Horodnic (2018) apontam que a percepção de corrupção está associada a uma moral tributária mais baixa, já que pode representar uma justificativa para evasão fiscal (autodefesa).

Isso sugere que, em países onde a corrupção é sistêmica, os cidadãos têm pouca confiança nas autoridades públicas e sua moral tributária diminui porque a obrigação de pagar impostos não representa uma norma social aceita, pois os cidadãos se sentem enganados. Portanto, a evasão fiscal é utilizada pelos cidadãos como mecanismo de autodefesa. (HORODNIC, 2018, p. 873)

Essa estratégia de autodefesa também encontra suporte na teoria de desprendimento moral (Bandura, 1999), sendo a corrupção uma justificativa para a evasão fiscal e, com isso, não representando um sentimento de culpa ou remorso ao contribuinte já que esse dinheiro pago ao Governo seria utilizado para fins alheios.

Corroborando com evidências empíricas, Andriani (2016) também concluiu que a percepção de corrupção pode reduzir a moral tributária e diminuir a disposição dos contribuintes em pagar tributos e com isso estão menos dispostos a contribuir com o Estado.

Contudo, trazendo para o contexto tributário, toma maior força a corrupção governamental, representando um obstáculo ao empreendedorismo, já que envolve a interação direta e indireta do Governo e dos empresários e pode influenciar suas estratégias. Williams e Bezeredi (2018) mostram que a corrupção governamental em relação aos empresários acontece quando servidores públicos pedem suborno em troca da prestação de um serviço. Os autores ressaltam que, em ambientes onde a corrupção governamental prevalece, a MT provavelmente será mais baixa.

Diante desse desafio, Lago-Peñas e Lago-Peñas (2010) indicam que reduzir a corrupção governamental é uma das medidas que podem melhorar a moral tributária. Sjoberg et al. (2019) também destacam a necessidade de estabelecer políticas eficientes que demonstrem e aumentem esses esforços anticorrupção. Dado esse papel governamental com vistas a reduzir a legitimidade da atuação desonesta, a corrupção governamental então pode ser vista como parte do contrato social. Aqui, entende-se que os empreendedores só estarão motivados a pagar seus impostos acreditando que esse dinheiro não apenas será revertido em serviços públicos de qualidade, mas também não será desviado para corrupção.

Por outro lado, Rodríguez (2015) revela que apenas a experiência pessoal com a corrupção é irrelevante, mas sim a percepção pública de sua incidência, o que pode se convolar em uma norma social. Assim, o empreendedor pode nunca ter presenciado um ato de corrupção, mas se perceber que eles existem provavelmente terá uma MT menor. Ou seja, se desenvolve uma norma social, cuja origem vai além da experiência pessoal do ator social.

Se nada for feito a respeito, é razoável que a corrupção gradualmente se torne numa norma – isto é, considerada necessária para lidar com a administração pública - de modo que a moral tributária dos contribuintes também será reduzida. (RODRÍGUEZ, 2015, p. 125)

Reconhecendo então a importância de investigar a percepção da corrupção governamental, alguns estudos empíricos testaram sua influência sobre a moral tributária. Alasfour et al. (2016) mostraram que a “extensão da corrupção governamental” tem um efeito negativo sobre a MT, ou seja, a evasão fiscal será mais aceitável quando o governo for considerado corrupto. Williams e Krasniqi (2017) também concluíram que níveis mais baixos de corrupção percebida no setor público estão associados a maior moral tributária.

Conforme literatura apresentada, evidencia-se a corrupção como uma norma social (pressão institucional) que pode interferir na motivação dos empreendedores para o pagamento de impostos. Isto posto, propõe-se a investigação sobre a percepção pública da corrupção no setor público, através da seguinte hipótese:

H3) A percepção de Corrupção Governamental exerce influência negativa na moral tributária dos empreendedores.

2.3.6.4 Risco de Detecção

O risco de detecção resgata a qualidade (legitimidade) atribuída à fiscalização tributária, com base na percepção de que as autoridades realizam bem o seu trabalho no combate à evasão fiscal. Williams e Krasniqi (2021) indicam que o engajamento na evasão fiscal se deve à falta de alinhamento das atitudes dos cidadãos com as regras e regulamentos formais. Nesse sentido, Kayaoglu e Williams (2020) apresentam o risco de detecção como uma pressão institucional regulatória, que representa maior responsividade às políticas de dissuasão.

A OECD (2019) destaca a importância desse papel regulatório (coercitivo) das autoridades tributárias principalmente em países emergentes (como é o caso do Brasil), indicando a necessidade de regras que reprimam o mau comportamento, gerando um constrangimento a quem o praticá-lo. Assim, o risco de detecção constrange o comportamento de evasão fiscal. Nesse sentido, Taing e Chang (2020) mostram que esse poder coercitivo afeta significativamente a percepção de poder da autoridade tributária e aumenta as decisões de conformidade dos contribuintes.

O desenvolvimento dessa força coercitiva possui o papel central das autoridades fiscais na formulação e aplicação das políticas e penalidades tributárias. Luttmer e Singhal (2014) destacam que a maioria das autoridades fiscais oculta informações sobre seus procedimentos de auditoria e fiscalização, o que implica em informações incompletas sobre as verdadeiras alíquotas e penalidades. Essa falta de transparência acaba reduzindo a confiança na atuação do Fisco e conseqüentemente legitimando a evasão fiscal

Evidências empíricas sobre essa atuação das autoridades tributárias na repressão da evasão fiscal foram encontradas na literatura. Williams e Krasniqi (2021) concluíram que quanto maior o risco percebido de detecção, mais improvável é a evasão fiscal. Da mesma forma, Kayaoglu e Williams (2020) identificaram

influência positiva significativa do risco de detecção sobre a moral tributária. Por outro lado, Mickiewicz et al. (2019) também investigam a influência da probabilidade de ser pego em atos de evasão fiscal e não encontram suporte significativo para sua influência sobre a moral tributária.

Em vista disso, o risco de detecção investiga o papel da fiscalização tributária, representada pela percepção da probabilidade de ser pego pelo fisco, quer seja pela eficiência em detectar as irregularidades, que pode se dar a partir da atuação efetiva dos auditores fiscais e das ferramentas disponíveis. Nesse sentido, estabelecer regras e fiscalizar a conformidade são formas de atuação do Estado com vistas ao combate à evasão fiscal, contudo é necessário investigar se o risco de ser fiscalizado é uma pressão institucional que representa fator determinante para a motivação tributária dos contribuintes, dadas as condições institucionais. Diante disso, propõe-se a seguinte hipótese:

H4) A percepção dos empreendedores de que o risco de detecção é alto exerce influência positiva na moral tributária.

2.3.6.5 Severidade das Punições

Não basta que haja apenas a fiscalização, mas que as punições sejam severas o suficiente ao ponto de reprimirem a reincidência e educarem o infrator. Mickiewicz et al. (2019) reconhecem a severidade das punições como uma pressão institucional regulatória, pautada nas instituições formais presentes no contexto institucional tributário. Aqui há um custo de punição que atua como força legal, influenciando as preferências e ações dos atores sociais, em especial à sua moral tributária. Da mesma forma, Pacaldo e Ferrer (2020) argumentam que o medo de ser severamente penalizado impede a evasão fiscal e força os contribuintes a cumprirem o pagamento de impostos. Assim, com o objetivo de medir essa severidade das punições, Williams e Horodnic (2017) indicam a utilização da percepção da severidade aplicada àqueles que são pegos fazendo atividades informais (evasão fiscal).

Diversas políticas fiscais punitivas podem ser lançadas a fim de que se possa resolver isso. Contudo, deve-se considerar a realidade local (campo/contexto), já que algumas punições podem ser vistas como severas ou brandas a depender dos contextos institucionais. Ermasova et al. (2021) ressaltam

que algumas das penalidades, como por exemplo, estigmatização social (anúncio das atividades de um contribuinte no jornal), funcionariam bem nos EUA e podem não funcionar bem na Alemanha (país com perfil cultural diferente). Ou seja, se torna necessário reconhecer a legitimidade das punições baseados no campo organizacional ou contexto institucional tributário em que está sendo investigado.

Como evidências empíricas, Kayaoglu e Williams (2020) identificaram influência positiva significativa sobre a MT. Da mesma forma, Rahman (2020) também identificou relação significativa das punições tributárias sobre a moral tributária dos contribuintes. Já Mickiewicz et al. (2019) mostram que a severidade é mais importante do que a probabilidade de ser pego (risco de detecção), concluindo que essa severidade das punições possui influência positiva sobre a MT.

Diante disso, à medida que os indivíduos percebem punições severas isso tende a um aumento da moral tributária, já que, o tamanho das perdas financeiras decorrentes do descumprimento deslegitima o descumprimento (evasão fiscal). Assim torna-se importante investigar também a percepção da severidade das penalidades aplicadas (pressão legal) àqueles que não cumprem as obrigações fiscais, a qual pode ser medida pela suficiência e eficiência das punições na repressão à evasão fiscal. Isto posto, a seguinte hipótese é levantada:

H5) A percepção dos empreendedores de que as punições tributárias são severas exerce influência positiva na moral tributária.

2.3.6.6 Carga Tributária

A carga tributária representa o peso das alíquotas tributárias sobre a atividade produtiva, o que pode levar à um desestímulo ao pagamento. Alasfour et al. (2016) destaca que a evasão fiscal será mais aceitável quando as alíquotas de impostos forem percebidas como altas. No mesmo sentido, Jolodar et al. (2019) indica que se a carga tributária for percebida como mais pesada comparada aos demais, é provável que o cumprimento diminua.

Acrescentando o debate, Jun e Yoon (2018) trazem os conceitos de equidades horizontais e verticais, as quais se referem-se à distribuição isonômica da carga tributária entre contribuintes de níveis de renda semelhantes e à distribuição diferenciada de cargas tributárias entre as diferentes faixas de renda. Além disso, os

autores restaram também o conceito de justiça tributária distributiva, referindo-se à distribuição equitativa da carga tributária entre os contribuintes.

Diante do desafio de minimizar os efeitos da carga tributária, Pacaldo e Ferrer (2020) indicam que as autoridades devem aumentar seu foco na redução da carga tributária a fim de melhorar a percepção sobre as alíquotas de impostos e consequentemente melhorar a conformidade tributária. No mesmo sentido, Castañeda (2019) recomenda que as políticas tributárias sejam acompanhadas de cortes nas alíquotas de impostos para aliviar a carga dos contribuintes quando o equilíbrio fiscal permitir. No entanto, Alm (2019) recomenda certa cautela na implantação das políticas tributárias já que há indivíduos que respondem de maneiras diferentes às mudanças em sua carga tributária, alguns que às vezes são cooperativos e outras vezes aproveitadores. Assim, os Governos devem avaliar as condições institucionais para avaliar a efetividade da redução da carga tributária, podendo haver necessidade, inclusive, de aumento de impostos a fim de compensar a evasão fiscal (MICKIEWICZ et al., 2019)

Testando o impacto da carga tributária, Mcgee, Benk e Yuzba (2020) constataram que a evasão fiscal é mais justificada em situações em que as taxas de impostos são muito altas, ou seja, uma maior carga tributária desmotiva os empreendedores ao pagamento dos tributos (diminui sua moral tributária). Torgler et al. (2008) também concluíram que uma maior carga tributária percebida diminui a motivação intrínseca para pagar impostos. Por outro lado, Nikulin (2020) não identificou impacto estatisticamente significativo do obstáculo percebido na forma de alíquotas de impostos (carga tributária).

Diante disso, a alta carga tributária pode justificar a evasão fiscal se tornando uma norma social, sendo que a informalidade pode tornar-se um caminho para fugir das altas taxas de impostos. Nesse sentido, a percepção do peso da carga tributária interfere a atuação empresarial, bem como da legitimidade na distribuição dessa carga tributária, são bons indicadores para medir a percepção da carga tributária pelos empreendedores. Com base nisso, conforme as evidências encontradas na literatura, propõe-se a seguinte hipótese:

H6) A percepção dos empreendedores de que a carga tributária é alta exerce influência negativa na moral tributária.

2.3.6.7 Complexidade do Sistema Tributário

A dificuldade de compreensão e cumprimento de todas as obrigações tributárias pode também desestimular os contribuintes ao pagamento de impostos. Torgler et al. (2008) destacam que a complexidade pode resultar em evasão fiscal se os contribuintes tiverem dificuldades para apresentar suas declarações fiscais. Ou seja, uma má interpretação das regras por conta da sua complexidade pode levar ao descumprimento das obrigações tributárias.

Musimenta et al. (2019) argumentam que sistemas tributários complicados tornam difícil e caro para alguns contribuintes cumprir políticas e procedimentos devido aos custos associados à manutenção de registros e à necessidade de informações especializadas para cumprir leis tributárias complexas, ou seja, os custos de se manter em conformidade podem ser altos, implicando em dificuldade de arcar com esses encargos.

Nesse sentido, Taing e Chang (2020) destacam que um sistema tributário simples e um procedimento legal adequado melhoram a conformidade, permitindo que os contribuintes entendam mais facilmente suas obrigações fiscais e calculem o valor do imposto que precisam pagar. Na mesma linha, Rodríguez (2015) recomenda que uma estratégia que deve ser lançada pelas autoridades tributárias para melhorar a MT é a simplificação do sistema tributário.

Le et al. (2021) destacam que as PMEs almejam a simplicidade e estabilidade da política tributária, assim como desejam que os novos regulamentos e políticas fiscais sejam divulgados e atualizados para os contribuintes de forma adequada. Assim a moral tributária desses empreendedores será aumentada à medida que esses regulamentos e políticas sejam simplificados.

Em contexto acadêmico (estudantes), Sarasa e Sarasa-Pérez (2016) também reconheceram que a complexidade percebida (ou simplicidade do sistema) é um fator altamente influente para a intenção de conformidade (moral tributária), indicando que essa complexidade é dependente não apenas das características do contribuinte, mas também da organização e estrutura do próprio sistema. Assim, em dados campos organizacionais e contextos institucionais, a complexidade pode se tornar uma norma social, desmotivando os atores sociais ao cumprimento das suas obrigações tributárias.

Evidências empíricas iniciais foram encontradas por Richardson (2006), que comparou 30 países, e concluiu que o nível de complexidade legal representa um fator determinante da evasão fiscal nesses países. Por outro lado, Torgler et al. (2008) concluíram que a complexidade tende a reduzir a moral tributária, porém os resultados não foram significativos. Já Taing e Chang (2020) concluíram que aumentar a complexidade tributária diminui a probabilidade de intenção de conformidade intencional, ou seja, quanto maior a complexidade do sistema tributário menor a moral tributária. Mesmo resultado encontrado em Sarasa e Sarasa-Pérez (2016), onde concluíram que aumentar a complexidade tributária (maior dificuldade em seguir os procedimentos de pagamento de impostos) diminui a intenção de conformidade (moral tributária).

Portanto, um sistema percebido como complexo pode desmotivar os empreendedores para a conformidade tributária, já que dificulta o cumprimento das obrigações tributárias. Isso pode ser medido pela dificuldade de interpretação e compreensão e pela necessidade de consultorias especializadas, dado que, muitas vezes, o empreendedor não tem grande familiaridade com a legislação tributária. Em resumo, aumentando a complexidade tributária a moral tributária seria reduzida (influência negativa). Com base nas evidências encontradas na literatura, propõe-se a seguinte hipótese:

H7) A percepção dos empreendedores de que o sistema tributário é complexo exerce influência negativa na moral tributária.

2.3.6.8 Educação Fiscal

A educação fiscal representa a promoção de campanhas informativas voltadas a educar e conscientizar os contribuintes sobre a tributação, destacando-se o aspecto de cidadania fiscal. Abina et al. (2021) mostram que essa educação fiscal pode se dar em três níveis: educação fiscal online, educação fiscal por meios impressos e programas de sensibilização. A estratégia de campanha deve se dar conforme o público a que se destina.

Koumpias e Martinez-Vazquez (2019) analisaram o papel das campanhas educativas de massa (educação fiscal) para estímulo ao pagamento de imposto de renda no Paquistão e identificaram que o uso de anúncios em TV e jornais possuem

uma “superioridade indiscutível” em comparação ao rádio e ao uso de SMS em termos de alcance, concluindo que as estratégias do Governo devem ser voltadas a campanhas de persuasão moral na TV e campanhas de informação neutra nos jornais. Com base nisso, observa-se que não há consenso sobre qual a melhor forma de comunicação e promoção de educação fiscal, devendo-se analisar o contexto em que elas ocorrem.

Mudanças institucionais então ajudam a promover essa educação fiscal. Williams e Horodnic (2015) indicam que mais do que uma melhor confiança no Governo, há também a necessidade de melhorias na educação fiscal, a partir de campanhas publicitárias e apelos normativos que informem sobre a tributação. Alinhado a isso, Hantono (2021, p. 51) argumenta que “o indivíduo obediente ou que vai obedecer é aquele que tem consciência sobre tributação”. Assim, quanto mais informações disponíveis, maior a consciência dos contribuintes, maior a cidadania fiscal, podendo significar também maior moral tributária.

Nesse sentido, Williams e Bezeredi (2018) recomendam que a educação fiscal e campanhas de conscientização são iniciativas políticas que podem melhorar a moral tributária dos empreendedores. Da mesma forma, Williams (2010) também indicam a promoção de campanhas informativas sobre os benefícios de ter seu negócio formalizado, pois isso ajuda a construir uma consciência tributária.

A partir da investigação das percepções dos contribuintes em relação à educação fiscal, Abina et al. (2021) indicam que é possível oferecer um feedback do governo sobre as políticas que devem ser realizadas em educação e treinamento dos contribuintes para fins de combater a evasão fiscal.

Assim, verifica-se a importância da educação fiscal, a qual une os conceitos de consciência e cidadania fiscal, podendo então representar uma pressão institucional à medida em que os contribuintes legitimam a comunicação e educação promovida pelas autoridades tributárias e com isso tendem a cumprir com suas obrigações tributárias e, portanto, terão moral tributária maior. Para fins de medição, pode-se testá-la a partir das percepções dos empreendedores em relação à importância e efetividade das ações voltadas a informar e educar os empreendedores para o pagamento dos impostos, a partir de campanhas de conscientização e cidadania fiscal. Assim, reconhecendo tal importância, propõe-se a seguinte hipótese:

H8) A percepção dos empreendedores da disseminação da educação fiscal exerce influência positiva na moral tributária.

2.3.7 Características Sociodemográficas

Além de reconhecer as percepções do contexto institucional tributário, também se faz necessário investigar a influência de características sociodemográficas dos empreendedores e das empresas sobre a moral tributária. Essas condições podem ser exploradas em nível de indivíduo (dados pessoais) ou de empresa (dados empresariais). Explorar o perfil dos empreendedores e das empresas se torna importante pois ajuda a identificar potenciais efeitos moderadores, promovendo suporte social às atitudes deles em relação à tributação.

Em relação ao nível do indivíduo, diversas características foram testadas em estudos empíricos anteriores, entre elas, sexo, idade, estado civil, escolaridade e renda familiar mensal (situação financeira).

Em relação ao sexo, diferenças podem ser encontradas na moral tributária entre homens e mulheres. Evidências indicam que as mulheres tendem a ter uma moral tributária maior em relação aos homens (WILLIAMS; HORODNIC, 2017; ALM; TORGLER, 2006; LEONARDO et al. 2017). Uma possível explicação é a de que, tradicionalmente, as mulheres são identificadas em papéis de conformidade, restrições morais e padrões de vida mais conservadores (KONDELAJI et al. 2016). Dessa forma, as mulheres tendem a ser mais disciplinadas em relação ao pagamento de impostos.

Outro ponto comum na maioria dos estudos, foi que a idade influencia positivamente a moral tributária (ALM; GOMEZ, 2008; KONDELAJI et al. 2016; VYTHELINGUM et al. 2017). Assim, quanto maior a idade dos respondentes, maior seria a sua disposição para o pagamento de impostos. Nesse sentido, Alasfour et al. (2016) destaca que uma possível justificativa é de que os idosos são mais sensíveis à ameaça de sanções, sejam elas sociais ou financeiras, do que indivíduos mais jovens. Assim, indivíduos mais jovens são mais dispostos a correr riscos e por isso sua moral tributária pode ser reduzida.

O estado civil também assume importância, já que à medida que o indivíduo constitui família, aumentam seus laços sociais (CASTAÑEDA, 2019, p. 07). Assim, suas percepções se alteram e sua disposição para pagar impostos pode ser

melhorada, implicando que pessoas casadas tendem a uma moral tributária maior (VYTHELINGUM et al. 2017; WILLIAMS; HORODNIC, 2017; ALM; TORGLER, 2006). Nesse sentido, os que vivem em agregados familiares mais pequenos (solteiros) são mais propensos a participar da economia informal (WILLIAMS; HORODNIC, 2017) e conseqüentemente, possuem moral tributária menor.

A escolaridade pode ser observada de maneira ambígua. Enquanto alguns estudos apontaram um aumento da moral tributária conforme a escolaridade do respondente aumenta (ALM; GOMEZ, 2016; DAUDE et al. 2019), outros apontaram uma redução da moral tributária (LAGO-PEÑAS; LAGO-PEÑAS, 2010; KONDELAJI et al. 2016). Como possível justificativa para sua redução pode estar o fato de contribuintes de maior escolaridade serem mais críticos sobre como os impostos arrecadados seriam redistribuídos, bem como por estarem mais cientes das ineficiências do Governo (KONDELAJI et al. 2016, p. 591). Por outro lado, Vythelingum et al. (2017) aponta que pessoas instruídas estão em melhor posição para entender por que é importante cumprir a lei e o benefício da contribuição do imposto para a sociedade e assim são menos propensas à evasão fiscal, apontando para uma moral tributária maior.

A situação financeira dos respondentes também foi explorada em estudos anteriores. Pessoas sob restrições financeiras tendem a priorizar suas necessidades e obrigações financeiras em vez de pagar impostos (ALASFOUR et al. 2016, p. 154). Assim, à medida em que se aumenta a classe social, maior tende a ser sua moral tributária. Nesse sentido, foram encontradas evidências empíricas anteriores apontando para essa influência positiva sobre a moral tributária (LAGO-PEÑAS; LAGO-PEÑAS, 2010; KONDELAJI et al. 2016; ALASFOUR et al. 2016).

Já em relação ao nível das empresas administradas por esses empreendedores, pode-se observar características específicas dos negócios. Embora em menor número, diversos dados foram explorados anteriormente, entre eles, número de empregados, regime jurídico (status legal), setores de atividade tempo de atuação e localização geográfica.

Diferentes atividades econômicas podem indicar caminhos diferentes em relação à tributação. Testando a influência das diferenças setoriais em relação à moral tributária, Mickiewicz et al. (2019) não identificaram influência significativa. Já Williams (2020) concluiu que os setores da agricultura, saúde, indústria, transportes e comunicações têm uma moral tributária maior, em comparação aos setores de

construção, hotéis e restauração, têxtil, comércio e serviços. O estudo não deixa claro se o setor de telecomunicações está incluso dentro do setor de comunicações (MT maior) ou de serviços (MT menor), já que este setor pode assumir posição ambigua.

O tamanho da empresa também pode ser um indicador importante dentro do constructo da moral tributária, permitindo identificar se as diferenças de porte empresarial também podem representar impacto sobre a disposição desses empreendedores ao pagamento de impostos. Esse tamanho da empresa (porte) pode ser visto sob duas óticas: a partir do número de empregados ou do faturamento anual.

Em relação ao número de empregados, Williams e Bezeredi (2018) concluíram que empresários que empregam entre 10-49 funcionários são significativamente mais propensos a ter alta moral tributária do que os empresários com 0-9 funcionários. Por outro lado, os resultados encontrados por Timothy e Abbas (2021) indicam que empresas maiores (com mais empregados) tendem a ter moral tributária menor, embora sua influencia não tenha sido significativa. Com isso, novos estudos são necessários para confirmar ou rejeitar essas influências. Já em relação ao faturamento não foram encontrados estudos empíricos que o tenham explorado anteriormente.

Outro ponto que pode ser explorado sobre as empresas é o regime tributário, ou regime jurídico, ou seja, a forma legal em que a empresa está enquadrada. Williams e Bezeredi (2018) não encontraram diferenças significativas de moral tributária entre regimes jurídicos diferentes, enquanto Pacaldo e Ferrer (2020) concluíram que empresas mais simples (como MEI) tem menor moral tributária que corporações (geralmente Regime Normal de tributação), justificando que “o ônus da tributação é suportado apenas por uma única pessoa em uma empresa individual, em contraste com os muitos proprietários de uma corporação” (p. 53). Williams (2020) também aponta uma moral tributária menor em microempresas, embora sua influência não tenha sido significativa.

O tempo de atuação dessas empresas também foi investigado. Williams e Bezeredi (2018) apontam que empreendedores com empresas mais antigas são significativamente mais propensos a ter alta moral tributária do que os empreendedores de empresas mais jovens (menos de 5 anos). Da mesma forma, Williams (2020) concluiu que empresas com mais de 20 anos tendem a ter uma

moral tributária mais elevada, porém sua influência não se confirma significativa estatisticamente. Por outro lado, por Timothy e Abbas (2021) aponta resultado diferente, indicando que empresas mais antigas (com mais tempo de atuação) tendem a ter moral tributária menor, embora sua influencia não seja estatisticamente significativa.

Ainda, evidências anteriores apontaram que a localização também pode representar influência. Williams e Bezeredi (2018) concluíram que empreendedores de vilas rurais tendem a ter moral tributária menor, assim como empreendedores que atuam no país todo tendem a possuir moral tributária maior em relação aos empreendedores de cidades pequenas. Pacaldo e Ferrer (2020) identificaram influência negativa significativa da localização da empresa sobre a moral tributária. No Brasil, isso pode tomar força sob a divisão das regiões geográficas, onde é possível uma análise agrupada dos estados, permitindo a comparação deles.

Diante de todas essas evidências anteriores, resta claro a importante de se investigar o impacto dessas características sociodemográficas sobre a moral tributária de empreendedores, tendo em vista que essas características podem alterar suas visões de mundo e com isso moldar suas atitudes, promovendo influência sobre a MT delas.

3 METODOLOGIA

Para consecução da presente pesquisa adota-se uma estratégia quantitativa, descritiva e seccional, por meio da realização de um levantamento (*survey*), com o objetivo de medir as percepções dos empreendedores do setor de telecomunicações em relação ao contexto institucional tributário em que estão inseridos, investigando suas influências sobre a moral tributária.

Para a coleta de dados, por se tratar de um tema sensível, que envolve as atitudes dos empreendedores em relação à evasão fiscal, torna-se ainda mais importante a boa construção metodológica a fim de permitir a efetiva captação dessas percepções.

Mickiewicz et al. (2019) apontam que ainda não há consenso sobre quais são os métodos mais adequados para medir a natureza e a quantidade das atitudes de evasão fiscal. Alm (2019) acrescenta que a principal dificuldade dos estudos empíricos de MT é a falta de informações confiáveis sobre as atitudes dos contribuintes, já que as pessoas tendem a esconder seu comportamento desonesto. Assim, o autor recomenda criatividade na descoberta de novos métodos a fim de alcançar tais atitudes, destacando então a importância da construção da metodologia adequada. Diante desse desafio, buscam-se referências em estudos empíricos anteriores que alcançaram resultados positivos na abordagem quantitativa, construindo-se a partir disso um instrumento de pesquisa (questionário) que sustente os objetivos deste.

Para a análise de dados, dada a existência de um construto complexo que envolve diversos construtos estabelecidos, com múltiplos indicadores explicando as variáveis latentes, justifica-se a utilização da técnica de Modelagem de Equações Estruturais (SEM - *Structural Equation Modeling*), a qual agrega a análise fatorial e regressão múltipla a fim de testar as relações entre os construtos da pesquisa. Aprofundando a técnica, Hair et al. (2014) indicam que há duas abordagens diferentes para se aplicar a MEE: Baseado em Covariância (CB - *Covariance based*) e Mínimos Quadrados Parciais (PLS - *Partial Least Squares*). Enquanto o método CB considera os construtos como fatores comuns que explicam a covariação entre seus indicadores associados, o método PLS usa indicadores para explicar os construtos, representando composições ponderadas em cada construto particular.

Ringle, Becker e Wende (2014) destacam que a diferença básica entre eles está na forma de tratamentos dos dados, sendo que no CB as regressões múltiplas são realizadas simultaneamente e no PLS, inicialmente calculam-se as correlações (cargas fatoriais) entre os construtos (modelo de mensuração) e em seguida são realizadas as

regressões entre construtos (modelos estruturais). Ou seja, enquanto na CB realiza-se análise de regressão em relação a cada indicador, na PLS realiza-se a análise de regressão apenas em relação aos construtos (indicadores agrupados).

Hair et al. (2014) recomendam a utilização do PLS em situações nas quais a teoria é menos desenvolvida, ou seja, quando o objetivo da pesquisa é o desenvolvimento de teoria e explicação da variância (previsão dos construtos), o que se aplica a este estudo. Assim, para análise dos dados utiliza-se da ferramenta SmartPLS, aplicando-se a técnica de modelagem de equações estruturais utilizando mínimos quadrados parciais (PLS).

Após essa breve introdução metodológica, a seguir passa-se ao detalhamento da metodologia do presente estudo. Começando pela apresentação das hipóteses de pesquisa, passando pela apresentação e definição das variáveis, bem como procedimentos de coleta, tratamento e análise dos dados.

3.1 ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA

3.1.1 Apresentação das Hipóteses de Pesquisa

Tendo em vista que se trata de um levantamento quantitativo que medirá qual a influência das variáveis latentes (exógenas), representadas pelas percepções do contexto institucional tributário, sobre a variável endógena (moral tributária), entende-se por oportuna a utilização de hipóteses de pesquisas a serem testadas, a saber:

Quadro 5: Hipóteses de pesquisa

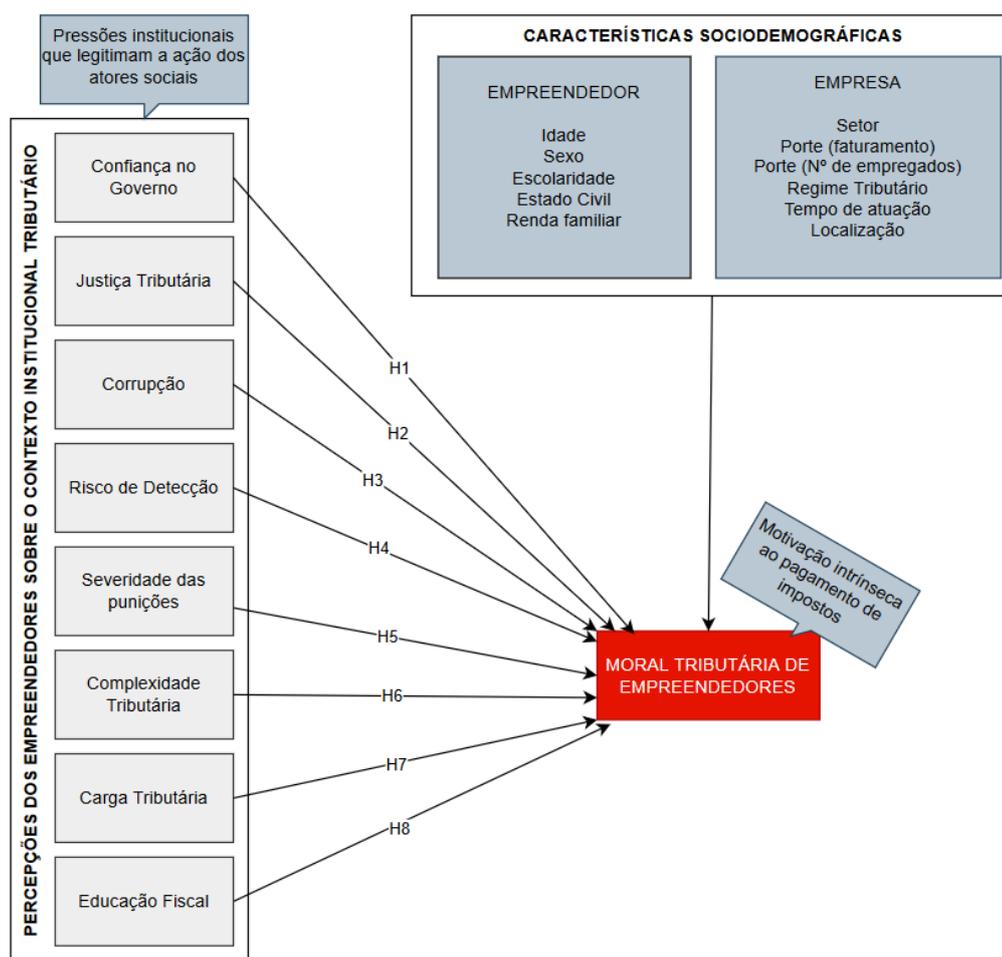
Hipóteses de pesquisa	Influência
H1) A percepção de Confiança no Governo exerce influência positiva na moral tributária dos empreendedores.	H1(+) CG > MT
H2) A percepção dos empreendedores de que o sistema tributário é justo exerce influência positiva na moral tributária.	H2(+) JT > MT
H3) A percepção de Corrupção Governamental exerce influência negativa na moral tributária dos empreendedores.	H3(-) CO > MT

H4) A percepção dos empreendedores de que o risco de detecção é alto exerce influência positiva na moral tributária.	H4(+) RD > MT
H5) A percepção dos empreendedores de que as punições tributárias são severas exerce influência positiva na moral tributária.	H5(+) SP > MT
H6) A percepção dos empreendedores de que o sistema tributário é complexo exerce influência negativa na moral tributária.	H6(-) CS > MT
H7) A percepção dos empreendedores de que a carga tributária é alta exerce influência negativa na moral tributária.	H7(-) CT > MT
H8) A percepção dos empreendedores da disseminação da educação fiscal exerce influência positiva na moral tributária.	H8(+) EF > MT

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Assim, objetiva-se testar as hipóteses supracitadas em relação à influência de cada percepção do contexto institucional tributário em relação à moral tributária, o qual é realizado por meio de modelagem de equações estruturais, usando mínimos quadrados parciais (PLS). Com base nisso, a Figura 18 resume o desenho da pesquisa.

Figura 18: Desenho da pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Ademais, também são incluídas variáveis de controle a serem testadas. Para isso, são coletados os dados dos empreendedores e das empresas, os quais também permitem investigar se os dados dos empreendedores (sexo, idade, renda, escolaridade e estado civil), e das empresas (setor, porte, regime tributário, estado-sede, tempo de atuação) também exercem influência sobre a moral tributária.

Embora as variáveis de controle estejam agrupadas, espera-se analisar também individualmente cada uma delas. Ao final, busca-se apresentar evidências empíricas do setor de telecomunicações (cuja caracterização se apresenta na seção 3.2.1), os quais poderão ser testados e validados em estudos futuros.

3.1.2 Apresentação/Definição das Variáveis

Para realização da pesquisa, se faz necessária também a apresentação das variáveis utilizadas na pesquisa, bem como das suas definições constitutivas (quadro 6) e da sua forma de medição (definições operacionais). Creswell (2007) indica que os pesquisadores quantitativos devem recorrer a definições estabelecidas e aceitas para as variáveis da pesquisa, a fim de ajudar o leitor a entender melhor os objetivos da pesquisa.

Além disso, para que se possa medir um conceito é necessário dispor de um indicador ou alguns indicadores que representem o conceito, ou seja, suas definições operacionais (BRYMAN e BELL, 2011, p. 154). Dessa forma, além das definições constitutivas obtidas a partir de estudos anteriores, também são apresentados os devidos indicadores identificados na literatura que se moldam a esses conceitos (definições operacionais), ou seja, a forma de medição (mensuração) das variáveis da pesquisa. O quadro 6 resume essas variáveis e suas definições. Os itens do questionário referentes a cada um desses indicadores podem ser observados no Apêndice A.

Quadro 6: Variáveis de interesse da pesquisa e suas definições

Percepções do Contexto Institucional tributário	Definição constitutiva	Item	Definição operacional (indicadores)
Confiança no Governo	Percepção sobre a adequação e legitimidade das ações do governo	CG1	Percepção da boa aplicação da receita tributária
		CG2	Percepção da qualidade dos serviços públicos
		CG3	Percepção da transparência do governo

	(PACALDO; FERRER, 2020)	CG4	Percepção do apoio aos empreendedores
		CG5	Percepção da interação com o governo
Justiça Tributária	Percepção de que as autoridades tributárias promovem procedimentos justos no tratamento com os contribuintes. (GIRAY, 2015)	JT1	Percepção pessoal de que o sistema tributário é justo.
		JT2	Percepção de justiça baseada na capacidade contributiva
		JT3	Percepção de justiça aplicada na legislação tributária
		JT4	Percepção de justiça na carga tributária
		JT5	Percepção de justiça no tratamento do Fisco
Corrupção	Percepção do nível de corrupção no setor público ou uso indevido do poder público para benefício privado. (KEMME et al., 2020)	CO1	Percepção de alta corrupção na atuação do governo
		CO2	Percepção de alta corrupção dos governantes (políticos)
		CO3	Percepção de alta corrupção dos servidores públicos
		CO4	Percepção de reconhecimento de esforços anticorrupção
		CO5	Percepção de alta corrupção das autoridades tributárias (auditores)
Risco de Detecção	Percepção da probabilidade de detecção da evasão fiscal (auditorias). (KAYAOGLU e WILLIAM, 2020)	RD1	Percepção pessoal da efetividade da fiscalização (Fisco)
		RD2	Percepção da utilização da informatização na fiscalização
		RD3	Percepção da suficiência de auditores para fiscalização
		RD4	Percepção do controle e monitoramento contínuo da fiscalização (Fisco)
		RD5	Percepção da eficiência dos auditores
Severidade das Punições	Percepção do nível de penalidades aplicadas pelas autoridades tributárias. (KAYAOGLU e WILLIAM, 2020)	SP1	Percepção do impacto das penalidades sobre a reputação.
		SP2	Percepção pessoal da severidade das multas
		SP3	Percepção geral do rigor das punições
		SP4	Percepção da efetividade da penhora como penalidade tributária.
		SP5	Percepção da suficiência das punições atuais.
Carga Tributária	Percepção de como as empresas veem a carga tributária como um obstáculo para os negócios (PACALDO; FERRER, 2020)	CT1	Percepção geral da carga tributária alta e necessidade de redução das alíquotas
		CT2	Percepção pessoal da carga tributária alta e necessidade de redução das alíquotas
		CT3	Percepção do impacto da alta carga tributária sobre o desenvolvimento econômico
		CT4	Percepção do impacto da carga tributária sobre o crescimento da empresa
		CT5	Percepção da carga tributária como obstáculo ao empreendedorismo
Complexidade do Sistema Tributário	Percepção da dificuldade em entender um sistema tributário. (VINCENT, 2021)	CS1	Percepção de complexidade técnica na legislação tributária
		CS2	Percepção do excesso de detalhes da legislação tributária
		CS3	Percepção da dificuldade de compreensão da legislação
		CS4	Percepção da necessidade e suficiência do suporte técnico prestado pelo Fisco
		CS5	Percepção da necessidade de consultoria especializadas.
Educação Fiscal	Percepção da disseminação das informações tributárias. (SEBÉLE-MPOFU; CHINODA, 2019)	EF1	Percepção da importância dos auditores fiscais na promoção da educação fiscal
		EF2	Percepção de efetividade da utilização dos canais tradicionais na educação fiscal
		EF3	Percepção da efetividade da atuação do Governo na educação fiscal

		EF4	Percepção de efetividade das auditorias fiscais na educação fiscal
		EF5	Percepção de efetividade da utilização dos canais tradicionais na educação fiscal
Moral Tributária	Motivação intrínseca ao pagamento de impostos. (ALM; TORGLER, 2006)	MT1	Percepção geral do reconhecimento da importância da tributação
		MT2	Percepção pessoal do reconhecimento da importância da tributação
		MT3	Percepção da tributação como ato voluntário.
		MT4	Percepção da tributação como um ato de dever cívico
		MT5	Percepção da evasão fiscal como crime
		MT6	Percepção da tributação como ato não-coercitivo
		MT7	Percepção da injustificação da evasão fiscal

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

3.1.2.1 Variáveis latentes

A seguir são apresentadas detalhadamente as variáveis latentes (ou constructos) que servirão para testar as influências sobre a moral tributária através da técnica de modelagem de equações estruturais. Segundo Hair et al. (2014) as variáveis latentes medem conceitos que são abstratos, complexos e não podem ser observados diretamente, por meio de múltiplos itens. Tanto as variáveis dependentes quanto independentes representam constructos. Dessa forma, primeiramente, apresenta-se a variável a ser explicada (variável-resposta), que será a moral tributária dos empreendedores, a qual será medida conforme descrito a seguir:

Moral Tributária: Para medir a motivação intrínseca dos empreendedores ao pagamento de impostos são utilizadas algumas afirmações nas quais os empreendedores devem informar seu nível de concordância em relação à sua disposição para o pagamento de impostos, representando sua percepção da importância da tributação (MANGOTING et al. 2019), sua percepção como um ato de cidadania (HELHEL; VARSHALOMIDZE, 2015), também como algo não-coercitivo (AUGUSTINE; ENYI, 2020), bem como pela repressão à evasão como algo injustificável e criminoso (TIMOTHY; ABBAS, 2021; TJONDRO, 2018). Tais itens são medidos em uma escala que varia de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente):

- Pagar impostos é uma forma de ajudar no desenvolvimento do país.
- Pagarei impostos mesmo que meus concorrentes não paguem.

- Eu pago impostos voluntariamente.
- O pagamento de impostos é um indicador de lealdade ao estado
- A sonegação é um crime grave.
- Vou pagar impostos mesmo que não exista auditoria fiscal.
- Mesmo tendo a oportunidade de sonegar, não o farei.

Quanto às variáveis explicativas (variáveis independentes), recorre-se à estudos anteriores na construção de suas definições constitutivas e operacionais, com foco na obtenção de afirmações que atendam os objetivos deste estudo. Aqui são apresentadas pressões institucionais que legitimam as atitudes e ações sociais, as quais representam as percepções do contexto institucional tributário, sendo então apresentadas a seguir:

Confiança no Governo: Medida pela percepção de adequação e legitimidade das ações de Governo, representada pela boa utilização das receitas (TAING e CHANG, 2020), qualidade dos serviços públicos (PARLAUNGAN, 2017), transparência do governo (CHING, 2013) e apoio e interação com os empreendedores (LOZZA et al. 2013). Assim, propõe-se avaliar a concordância dos entrevistados em relação aos seguintes itens

- Em geral, o governo utiliza bem o dinheiro público.
- Em geral, os bens e serviços públicos fornecidos pelo governo são bons.
- Os contribuintes são informados de como o dinheiro público é gasto pelo Governo.
- O governo apoia os empreendedores.
- O governo trata os empreendedores corretamente.

Justiça Tributária: Medida pela percepção do tratamento isonômico (justo) entre os contribuintes, representada pela justiça na distribuição da carga tributária, justiça das leis tributárias e justiça nas ações de fiscalização tributária (GIRAY, 2015), bem como a percepção pessoal de justiça, de acordo com sua capacidade contributiva (GÜZEL, ÖZER e ÖZCAN, 2019). Dessa forma, a percepção de justiça

tributária é medida pela escala de concordância em relação às seguintes afirmações:

- Pessoalmente, para mim, o sistema tributário é justo.
- Os empreendedores pagam impostos de acordo com sua capacidade de pagamento.
- A legislação tributária está ajustada para pagar impostos de maneira justa e correta.
- A carga tributária é dividida igualmente entre os diferentes setores econômicos.
- O Fisco tenta ser justo na aplicação e fiscalização da legislação tributária.

Corrupção: Medida pela percepção da corrupção estatal na relação fisco-governo-contribuinte, evidenciada pela percepção de corrupção governamental alta (RASHID, 2020), assim como pela corrupção percebida na fiscalização tributária (ALKHATIB; MARYA, 2021). Também se faz importante medir a percepção da evolução do combate à essa corrupção (HERNAÍZ, PHELAN E CAMACHO, 2014).

Os seguintes itens se propõem a medir essas percepções:

- Há muita corrupção nas ações do governo.
- Uma parte significativa do dinheiro arrecadado acaba no bolso de políticos corruptos.
- Há um alto nível de corrupção entre os funcionários públicos e o governo.
- Em geral, houve uma redução da corrupção nos últimos cinco anos.
- Uma empresa precisa pagar propina para não ser fiscalizada ou punida.

Risco de Detecção: Medida pela percepção da probabilidade percebida de ser pego cometendo atos de sonegação pela fiscalização tributária, representado pela eficiência do Fisco em detectar as irregularidades, assim como pela importância da utilização da informatização para esse fim (RASHID, 2020), assim como pela suficiência de auditores fiscais (HELHEL; VARSHALOMIDZE, 2015) e eficiência do

controle, monitoramento e fiscalização realizados pelo Fisco (LOZZA et al. 2013). Para isso, utilizam-se as seguintes afirmações:

- A probabilidade de minha empresa ser pega pelo Fisco é alta.
- O Fisco possui um sólido sistema de informática na detecção de fraudes tributárias.
- O número de auditores fiscais é suficiente para combater a sonegação (fiscalizar os contribuintes).
- O Fisco controla frequente e profundamente os empreendedores.
- Os auditores fiscais combatem os crimes tributários de forma eficiente.

Severidade das Punições: Medida pela percepção da severidade das punições tributárias, ou seja, o quão graves são as implicações a quem pratica a evasão fiscal ao ponto de reprimir seu comportamento. Aqui, diversos aspectos podem ser considerados: o peso das punições para o negócio (MANGOTING et al. 2019), as formas de punição que podem ser mais severas, como a penhora (OLADELE et al. 2019), bem como da suficiência das atuais punições (RASHID, 2020) e efetividade das punições frente à realidade dos empreendedores (NZIOKI; PETER, 2014) e, ainda, dos danos percebidos à reputação do empreendedor sonegador (PARLAUNGAN, 2017). Tais percepções podem ser medidas a partir dos seguintes itens:

- Não pagar impostos pode afetar minha reputação.
- As taxas de penalidades (multas) são muito baixas e posso me dar ao luxo de pagá-las.
- O Fisco impõe punições rigorosas quando os empreendedores não cumprem as leis tributárias.
- A penhora de bens do contribuinte como forma de penalidade diminui a sonegação.
- As penalidades atuais são suficientes para fazer as pessoas obedecerem às leis tributárias.

Carga Tributária: Medida pela percepção peso da carga tributária como um obstáculo à atividade empresarial, ou seja, o quanto as alíquotas de impostos podem interferir na empresa e no desenvolvimento econômico. Essa percepção

pode ser obtida a partir da investigação do reconhecimento de uma carga tributária alta e da necessidade de redução (CHING, 2013), assim como pelo impacto das alíquotas sobre o lucro empresarial e sobre o crescimento econômico (VINCENT, 2021) e, ainda, do custo que a carga tributária representa para o empreendedor (KURIA; OMBOI, 2016). Nesse sentido, utiliza-se os seguintes itens:

- Se as alíquotas fossem reduzidas, os empreendedores estariam mais motivados a pagar impostos.
- Eu ficaria motivado a pagar impostos se as alíquotas fossem reduzidas.
- As atuais alíquotas de impostos podem impedir o crescimento econômico.
- As atuais alíquotas de impostos são altas em comparação com o potencial lucro das empresas.
- A carga tributária representa um custo significativo para o meu negócio.

Complexidade Tributária: Medida pela percepção da complexidade do Sistema Tributário e seus reflexos sobre a atividade empresarial, que pode ser medida pela dificuldade percebida de se manter em conformidade tributária diante das obrigações fiscais previstas na legislação tributária (BORREGO, LOPES & FERREIRA, 2016), quer seja pela dificuldade de interpretação e compreensão (KURIA; OMBOI, 2016), ou pela necessidade e suficiência do suporte prestado pelo Fisco para a compreensão da legislação (VINCENT, 2021) ou ainda pela necessidade de contratação de consultorias especializadas para decifrar as leis tributárias (SHAFIKA; FAKHRONI, 2020), dado que muitas vezes o empreendedor não tem grande familiaridade com a legislação tributária. Essa percepção da complexidade tributária pode então ser investigada a partir das seguintes afirmações:

- As leis tributárias usam uma linguagem altamente técnica.
- As leis tributárias são muito extensas.
- As leis tributárias são complexas de entender para a maioria do público.
- O Fisco presta assistência técnica para tornar mais clara as leis tributárias.

- Os empreendedores são obrigados a pagar um consultor para compreender as leis tributárias.

Educação Fiscal: Medida pela percepção da disseminação de informações tributárias a partir de ações de educação fiscal para os empreendedores, ou seja, de ações que informem e eduquem os empreendedores para o pagamento dos impostos, a partir de campanhas de conscientização e cidadania fiscal. Essa educação pode acontecer a partir do uso de canais tradicionais, como jornais e TV (ABINA et al. 2021) ou canais online (VINCENT, 2021). Ademais é importante investigar também o papel do Governo (TAING; CHANG, 2020), assim como dos auditores fiscais a partir de campanhas de divulgação e educação sobre impostos (KURIA; OMBOI, 2016) e também através das próprias auditorias fiscais sendo percebidas como educativas (ALEMU, 2020). Diante disso, as seguintes afirmações são testadas:

- Os fiscais devem realizar campanhas públicas para educar pessoas sobre as leis tributárias.
- O Fisco nos informa sobre nossos direitos e obrigações por meio de TV, Rádio, jornais e revistas.
- O governo toma medidas para educar os contribuintes sobre as leis tributárias no Brasil
- As auditorias fiscais realizada pelo Fisco têm como objetivo educar os contribuintes.
- As informações tributárias disponíveis no site do governo são adequadas.

3.1.2.2 Variáveis de controle

Além das variáveis latentes, o instrumento de pesquisa também contempla variáveis de controle a serem testadas. Creswell (2007, p. 107) define variável de controle como um “tipo especial de variável independente que são mensuradas em um estudo porque elas potencialmente influenciam a variável dependente”. Horodnic (2018) destaca que, nos estudos sobre moral tributária, as características sociodemográficas são utilizadas como variáveis de controle, tendo sido incluídas na

maioria dos estudos empíricos encontrados na revisão bibliográfica realizada pela autora. Assim, além das percepções do contexto institucional tributário são incluídas variáveis de controle no questionário a fim de identificar características sociodemográficas dos respondentes, conforme apresentado a seguir.

Características sociodemográficas dos Empreendedores: Representam variáveis categóricas onde são solicitados dados sobre características pessoais dos empreendedores. Diversos estudos empíricos anteriores testaram essas influências, conforme explorado em Horodnic (2018), indicando uma ampla gama de indicadores que podem representar essas características. Destaca-se o trabalho de Martinez e Coelho (2019), que investigaram a realidade brasileira, como neste estudo, tendo também investigado os mesmos itens aqui utilizados. Em razão dessa proximidade, toma-se como referência, tendo havido pequenas adaptações em relação ao contexto empresarial. Assim, são coletados os seguintes dados:

- **Sexo:** Feminino | Masculino
- **Idade:** Até 20 anos. | Entre 21 e 40. | Entre 41 e 60. | Mais de 60 anos.
- **Estado Civil:** Solteiro | Casado | Divorciado | Viúvo | Não quero responder
- **Escolaridade:** Ensino Fundamental | Ensino médio | Ensino superior | Especialização | Mestrado/doutorado
- **Renda Familiar Mensal:** Menos de R\$ 5mil | Entre R\$ 5mil e R\$ 10mil | Entre R\$ 10mil e R\$ 15mil | Entre R\$ 15mil e R\$ 20mil | Entre R\$ 20mil e R\$ 25mil | Mais de R\$ 25mil.

Em relação à renda familiar mensal objetiva-se estratificar os respondentes de acordo com as classes sociais, conforme classificação do IBGE (tabela 1).

Tabela 1: Classes sociais

Classe	Renda Familiar (em salários mínimos)	Renda aproximada (2022)	Item do questionário
A	Acima de 20 SM	Acima de R\$ 24.240	Mais de R\$ 25.000,00
B	De 10 a 20 SM	Entre R\$12.120 e R\$ 24.240	Entre R\$ 15.000,00 e R\$ 20.000,00 Entre R\$ 20.000,00 e R\$ 25.000,00 Entre R\$ 5.000,00 e R\$ 10.000,00
C	De 4 a 10 SM	Entre R\$ 4.848 e R\$ 12.120	Entre R\$ 10.000,00 e R\$ 15.000,00
D	De 2 a 4 SM	Entre R\$ 2.424 e R\$ 4.848	
E	Até 2 SM	Até R\$ 2.424	Menos de R\$ 5.000,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Características sociodemográficas das Empresas: Representam variáveis categóricas onde são solicitados dados sobre as características das empresas administradas pelos empreendedores. Aqui, há um número bem menor de estudos que exploram essas características. Em razão disso, o estudo se apropria do trabalho de Williams e Bezeredi (2018), onde foram coletadas e analisadas informações sobre as empresas dos respondentes: setor, número de empregados, status legal (regime tributário), localização da empresa e idade da firma (tempo de atuação).

- **Setor:** Internet Banda Larga | Rádio | Televisão aberta e por assinatura | Telefonia Fixa e móvel | Outro.
- **Número de Empregados:** Empreendedor individual (MEI) | Micro (1-9) | Pequena (10-49) | Médio e Grande (+50)
- **Faturamento Anual:** Até R\$ 100.000,00 | Entre R\$ 100.000,00 e R\$ 500.000,00 | Entre R\$ 500.000,00 e R\$1.000.000,00 | Entre R\$ 1.000.000,00 e R\$ 2.500.000,00 | Entre R\$ 2.500.000,00 e R\$ 5.000.000,00 | Entre R\$ 5.000.000,00 e R\$ 10.000.000,00 | Acima de R\$ 10.000.000,00
- **Regime Tributário:** MEI | Simples Nacional | Regime Normal (Lucro Real) | Regime Normal (Lucro Presumido)
- **Tempo de atuação:** Menos de 5 anos | 6 a 10 anos | 11 - 20 anos | Mais de 20 anos.
- **Localização:** Acre | Alagoas | Amapá | Amazonas | Bahia | Ceará | Distrito Federal | Espírito Santo | Goiás | Maranhão | Mato Grosso | Mato Grosso do Sul | Minas Gerais | Pará | Paraíba | Paraná | Pernambuco | Piauí | Rio de Janeiro | Rio Grande do Norte | Rio Grande do Sul | Rondônia | Roraima | Santa Catarina | São Paulo | Sergipe | Tocantins.

Ressalta-se que houve adaptação de conteúdos considerando a realidade brasileira e o setor de telecomunicações. Este estudo apenas inova com a inclusão do faturamento anual das empresas. Tal inclusão se deve à necessidade de cruzamento dos dados referentes ao Regime Tributário das empresas, podendo inclusive indicar potenciais respondentes sonegadores (quando o faturamento é

maior do que o limite para opção pelo Regime Tributário informado), o que pode também contribuir para o cruzamento com o índice de moral tributária.

3.2 DELIMITAÇÃO E DELINEAMENTO DA PESQUISA

Apresentadas as variáveis de pesquisa, a seguir são apresentados, em detalhes, a definição da população e amostra, bem como as etapas de pesquisa, detalhando os procedimentos de coleta, tratamento e análise dos dados.

3.2.1 População e Amostra

Dada a amplitude do número de empreendedores que poderiam ser objeto da pesquisa, optou-se por uma abordagem setorial. Tal delineamento encontra suporte em diversos estudos que investigaram a moral tributária dos empreendedores a partir dos setores econômicos em que atuam, como o setor de Turismo (HELHEL; VARSHALOMIDZE, 2015) e o setor de Mineração (NETSHAULU, 2016). Não foram encontrados estudos sobre moral tributária no setor de telecomunicações.

O setor de telecomunicações representa um campo organizacional em que a tributação desempenha um papel relevante, já que o setor é responsável por dar suporte ao desenvolvimento tecnológico que vai permitir o desenvolvimento da transformação digital e vai contribuir com o desenvolvimento econômico. É por meio dos serviços de telecomunicações que a sociedade poderá promover a transformação digital, em especial à digitalização e acesso, então representando um elemento basilar para a construção do desenvolvimento econômico e social. Nesse sentido, a tributação pode ser um elemento importante de análise, já que representa uma ferramenta que pode ser um obstáculo à essa transformação digital.

No Brasil, com a privatização do setor nos anos 90, a abertura de mercado abriu espaços importantes para inovação e empreendedorismo. Isso fez com que, mesmo com o domínio de mercado das prestadoras de grande porte, as pequenas tenham ganhado espaço na construção desse ambiente digital, o que pode ser confirmado por meio de inúmeras políticas públicas que foram implementadas a fim de garantir espaço para novos entrantes no mercado de telecomunicações. Assim, o

empreendedorismo toma força, sendo a tributação um elemento importante nesse aspecto.

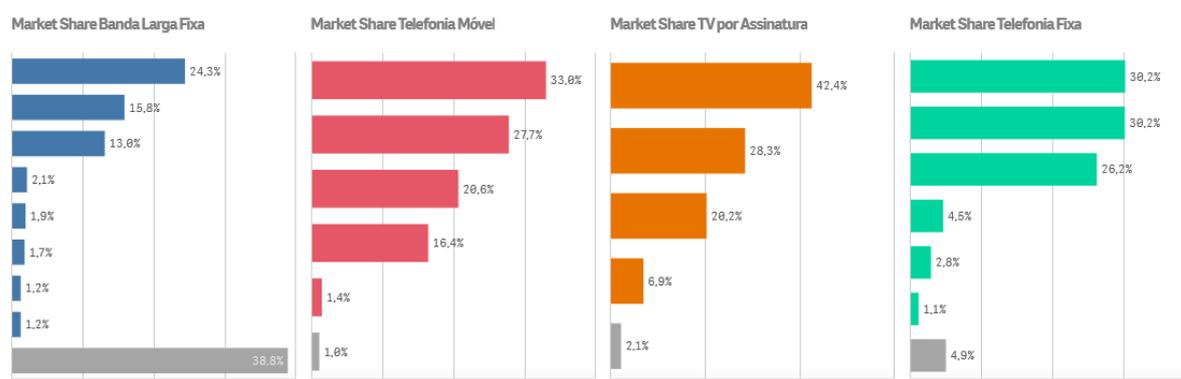
Conquanto as diferenças entre pequenas e grandes sejam importantes, também se faz necessário diferenciar as atividades desenvolvidas dentro do setor. Aqui, propõe-se uma abordagem ampla sobre a adequação dos serviços que podem se enquadrar como serviços de telecomunicações. Para isso, utiliza-se o conceito apresentado na Lei Geral de Telecomunicações (LGT), Lei 9472, de 16/07/1997:

Art. 60. Serviço de telecomunicações é o conjunto de atividades que possibilita a oferta de telecomunicação.

§ 1º Telecomunicação é a transmissão, emissão ou recepção, por fio, radioeletricidade, meios ópticos ou qualquer outro processo eletromagnético, de símbolos, caracteres, sinais, escritos, imagens, sons ou informações de qualquer natureza.

Nesse sentido, entende-se como prestações de serviços de telecomunicação: provimento e conexão de internet banda larga, televisão aberta e por assinatura, radiodifusão, telefonia fixa comutada e móvel, entre outros serviços de natureza específica (aeronáutico, marítimo, satélite, etc). Embora haja essa abordagem ampla, há que se ressaltar o grande domínio do mercado dos quatro serviços principais: telefonia fixa, telefonia móvel, internet e TV por assinatura. Isso pode ser observado na figura 18.

Figura 19: Market Share dos serviços de telecomunicação



Fonte: Anatel (2022).

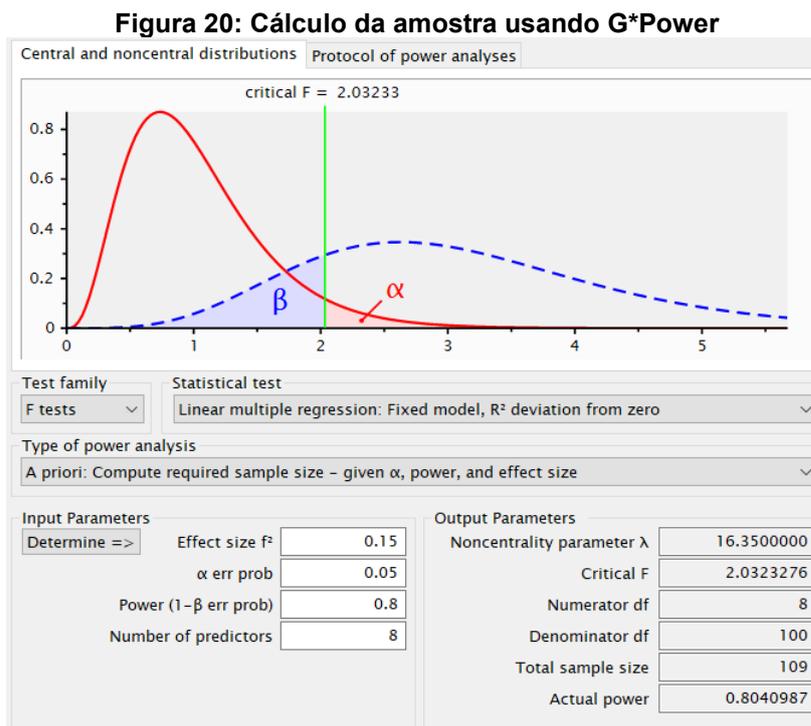
Enquanto no serviço de banda larga há a expansão dos pequenos prestadores (quase 40% do mercado), nos demais serviços de telefonia fixa e móvel e televisão por assinatura há grande concentração de mercado pelas grandes

operadoras, sendo que as pequenas representam menos de 1% em telefonia móvel, aproximadamente 5% na telefonia fixa e 2% na TV por assinatura.

Os demais serviços, embora de menor relevância não deve ser ignorados, embora haja diversas particularidades tributárias que os distanciem. É comum delimitar, no contexto tributário, como serviços de telecomunicação apenas aos serviços tributados pelo ICMS, contudo entende-se que a moral tributária não se atém à um tipo de imposto apenas, mas ao sistema tributário como um todo. Por exemplo, as emissoras de Televisão aberta têm a maior parte de sua receita oriunda de anúncios de TV, os quais não representam serviços de telecomunicação para fins de tributação de ICMS, contudo ainda assim prestam serviços de telecomunicação e são fiscalizadas pela Anatel. Assim também são os serviços de radiodifusão. Conquanto isso, esses prestadores continuam participando e atuando dentro do campo organizacional (setor de telecomunicações), influenciando os demais atores sociais, sendo então relevante sua manutenção visto que a tributação aqui está sendo considerada em contexto amplo que leva em conta não apenas o ICMS, mas toda a carga tributária que decorre da atividade empresarial (impostos sobre bens e serviços, renda, patrimônio, trabalhistas, etc).

Diante disso, a população da pesquisa é delimitada a partir de todos os empreendedores que prestem serviços de telecomunicações em sentido amplo, admitindo tanto os prestadores de serviços de interesse coletivo (a qualquer consumidor indistintamente), mas também os prestadores que atuem em serviços de interesse restrito, ou seja, a determinados grupos específicos de usuários. Além disso, dadas as limitações geográficas, se delimita o escopo dentro da realidade brasileira, não transpondo os limites territoriais deste país.

Definida a população, parte-se então para a amostra da pesquisa. Com o fim de cálculo, utiliza-se a ferramenta G*Power (versão 3.1.9.7) para estimação do mínimo de respostas necessário.



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Como *input* para o cálculo da amostra seguimos as recomendações de Ringle, Silva e Bido (2014), utilizando-se o tamanho de efeito médio (f^2) de 0.15, erro padrão de 5%, poder do teste de 80%. Por fim, indica-se a existência de 8 variáveis preditoras para a moral tributária. Como output encontramos um tamanho mínimo de amostra de 109 respostas, o qual representa a meta mínima de respostas para fins de permitir a análise dos dados.

3.2.2 Procedimentos de Coleta de Dados

Como já apresentado, a fim de alcançar os objetivos da pesquisa, optou-se pela utilização de levantamento (*survey*). Creswell (2007, p. 161) indica que “um projeto de levantamento dá uma descrição quantitativa ou numérica de tendências, atitudes ou opiniões de uma população ao estudar uma amostra dela”. Objetivando medir as percepções dos empreendedores do setor de telecomunicações quanto à sua atitude (motivação) em relação ao pagamento de tributos (moral tributária), confirma-se a adequação do levantamento como método adequado para obtenção dessas percepções.

Para fins de coleta de dados, a técnica mais utilizada nos levantamentos se dá através da aplicação de questionários. Dependendo do objetivo da pesquisa, os

questionários podem ser elaborados ou adaptados de outros autores. Aqui, realiza-se a construção de um questionário próprio, onde foram adaptados os itens de estudos anteriores. Assim, utiliza-se de formulário estruturado, onde o respondente deve apenas selecionar as respostas já previamente elaboradas.

Ademais, para construção dos itens, verificou-se a viabilidade e adequação da escala de Likert como técnica para captar as percepções dos entrevistados. Bryman e Bell (2011) destacam que a escala de Likert é a técnica adequada para medir a intensidade das percepções e atitudes dos entrevistados:

Escala Likert é um formato amplamente usado desenvolvido por Rensis Likert para fazer perguntas sobre atitudes. Os entrevistados são normalmente questionados sobre o grau de concordância com uma série de afirmações que, juntas, formam um indicador múltiplo ou medida de item. A escala é então considerada para medir a intensidade com que os entrevistados se sentem sobre um problema.

Assim, o formulário elaborado apresenta uma série de afirmações em que os respondentes são convidados a apresentar sua escala de concordância, que varia de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente). As afirmações são obtidas a partir de estudos empíricos anteriormente realizados sobre moral tributária, os quais são adaptados à realidade da pesquisa, ou seja, ao setor de telecomunicações e ao contexto tributário brasileiro.

Definida a escala de Likert para desenvolvimento dos itens do questionário, passa-se à definição do formato de aplicação. Optou-se pela aplicação online, sendo encaminhado por email aos potenciais respondentes. Bryman e Bell (2011) indicam que as pesquisas por e-mail podem se dar de duas formas: incorporadas ou anexadas. Utiliza-se de envio de email com link⁶ para preenchimento do formulário desenvolvido através do *Google Forms*, ou seja, se trata de pesquisa anexada. Os convites para participação da pesquisa são então encaminhados por e-mails aos empreendedores do setor de telecomunicações, utilizando-se de lista de e-mails obtida através de arquivo com dados de todos os prestadores de serviços de telecomunicações do Brasil, disponibilizada no Portal Dados Abertos, pela ANATEL⁷.

⁶ <https://forms.gle/46kA8tUYZcNQ8vQ5A>

⁷ https://www.anatel.gov.br/dadosabertos/paineis_de_dados/outorga_e_licenciamento/prestadoras_servicos_telecomunicacoes.zip (Acesso em 02/09/2021).

Por fim, com o intuito de realizar a validação do instrumento de coleta de dados, foi realizado inicialmente um pré-campo no mês de setembro/2021, tendo sido então encaminhado o link do formulário utilizando uma amostra de empreendedores conforme mesma lista de e-mails disponível no arquivo supracitado. Nesse pré-campo são obtidas 40 respostas, as quais servem de base para realização de uma análise estatística inicial dos dados, sendo então promovidos alguns ajustes na redação dos itens, o qual resultou no questionário apresentado no Apêndice A.

3.2.3 Procedimentos de Tratamento e Análise dos Dados.

O questionário foi aplicado entre os meses de outubro/2021 a dezembro/2021 e foram registradas 167 respostas. A seguir são apresentadas as etapas de tratamento e análise desses dados.

3.2.3.1 Tratamento dos dados

De posse das 167 respostas, foram realizados alguns ajustes para permitir a adequação dos dados para aplicação da técnica de modelagem de equações estruturais (MEE). Primeiramente verificou-se a necessidade de inversão das respostas em itens que possuíam respostas reversas às demais dentro do mesmo construto. Assim, foram invertidas as respostas dos itens SP2 e CO4, o que foi feito calculando-se a partir da aplicação da diferença entre o número 6 e a resposta registrada. Dessa forma, a resposta 1 se transforma em 5, resposta 2 muda para 4, e assim por diante.

Visando melhorar a qualidade dos dados, também foi realizada análise de viés de resposta, identificando situações em que o respondente aplica a mesma resposta na quase totalidade das afirmações, prejudicando as estimativas do questionário (CRESWELL, 2007, p. 167). Aqui, consideramos respostas tendenciosas quando houve a mesma resposta para mais de 75% dos itens. Tal situação foi constatada nas respostas de R60 e R61, sendo, portanto, retirados da amostra.

Tabela 2: Respostas tendenciosas

Respondente	Resposta 1		Resposta 2		Resposta 3		Resposta 4		Resposta 5		Total
R60	2	4%	2	4%	0	0%	2	4%	41	87%	47
R61	2	4%	6	13%	36	77%	0	0%	3	6%	47

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Ademais, o campo FATURAMENTO ANUAL DA EMPRESA era de preenchimento facultativo, motivado pelo fato de se tratar de um dado sensível que pode gerar receio por parte do respondente. Foram obtidas 164 respostas a este item, sendo então necessária a imputação de valores nos 3 dados faltantes. Como critério, optou-se por utilizar a resposta com maior frequência, tendo então sido preenchidos os dados faltantes com o valor “Entre R\$ 100.000,00 e R\$ 500.000,00”.

Por fim, houve a necessidade de tratamento dos dados sociodemográficos dos empreendedores e das empresas. Aqui, faz-se necessário a inclusão de variáveis dicotômicas ou binárias (*dummy*), onde as variáveis categóricas são assumem apenas duas possibilidades de ocorrência, onde o valor 1 representa a ocorrência do evento de interesse e 0 indicará o não evento de interesse (FÁVERO e BELFIORE, 2017). As respostas predominantes (que neste estudo representam mais de 75% das respostas) assumem então o valor 1 e as demais valor 0. Assim, são transformadas em *dummy* as seguintes variáveis: Sexo (1=masculino e 0=feminino), Setor (1=internet, 0=demais) e Regime Tributário (1=Simple Nacional e 0=demais). Ainda, em relação à localização geográfica das empresas (Estado), opta-se pelo agrupamento em regiões geográficas em razão das limitações na quantidade de respostas em alguns estados, assim resultando em 5 opções (1=Norte, 2=Nordeste, 3=Centro-Oeste, 4=Sul, 5=Sudeste). Em relação ao estado civil, agrupam-se as respostas com menos frequência (viúvos, divorciados e não quero responder), restando 3 categorias (2=casado, 1=solteiro, 0=demais). As demais variáveis (idade, escolaridade, renda, porte/empregados, porte/faturamento e tempo de atuação) representam variáveis ordinais e por isso mantém suas categorias, sendo apenas convertidas em valores numéricos em suas mesmas ordens originais.

Superado esses ajustes iniciais, passa-se então ao detalhamento da análise dos dados.

3.2.3.2 Etapa 1 - Estatística Descritiva

A análise inicia-se com a apresentação das informações estatísticas sobre a população da amostra, ou seja, a sua estatística descritiva. Aqui são apresentados os dados do tamanho da amostra e as características demográficas, descritas a partir das frequências (número de observações) para variáveis categóricas ou pelas médias e desvio padrão para variáveis contínuas (HOARE e HOE, 2013, p. 2). Para essas estatísticas utiliza-se da ferramenta Jamovi, assim como da ferramenta Microsoft Excel para construção de gráficos.

Ademais, assim como visto em Martinez e Coelho (2019), que promoveram estudo sobre moral tributária do cidadão brasileiro, aqui também calcula-se o índice de moral tributária dos respondentes. Esse índice é obtido a partir da média de respostas dos 7 indicadores da variável “Moral Tributária”, sendo posteriormente realizada a conversão dessa média em uma escala de 0 a 10, onde 0 significa que o entrevistado respondeu “discordo totalmente” em todos os 7 itens e 10 significa que o entrevistado apontou “concordo totalmente” em todos os itens. A partir desse índice é possível realizar algumas análises comparativas da moral tributária dos respondentes com base nos dados dos empreendedores e da empresa.

3.2.3.3 Etapa 2 - Análise de Componentes Principais

Com o objetivo de reconhecer a validade dos indicadores realiza-se a Análise de Componentes Principais (ACP). De acordo com Garson (2016), a ACP determina os fatores que podem explicar a variância total (única e comum) em um conjunto de variáveis. Para isso, essa análise utiliza a matriz de correlação de Pearson para determinar os autovalores e autovetores que determinam as relações entre os indicadores (FÁVERO; BELFIORI, 2017).

Dessa forma é possível definir qual o melhor conjunto de indicadores que explica melhor as variáveis da pesquisa. O objetivo é avaliar se os indicadores estão com cargas adequadas para poder servir de subsídios para manutenção ou retirada do modelo (BIDO e SILVA, 2019). Assim, realiza-se a ACP para permitir os ajustes e retirada de indicadores que não contribuem para o modelo.

Justifica-se sua inclusão como etapa da pesquisa em razão da lacuna de modelos teóricos que pudessem referenciar a abordagem que aqui se traz, a partir

de um enfoque institucionalista ou seja, os indicadores aqui propostos necessitam ser validados já que foram construídos especificamente para o estudo.

Diversos estudos sobre moral tributária foram realizados através de coleta primária de dados, tendo-se observado a ampla diversidade de questionários com indicadores e variáveis diferentes, com nomenclaturas e mensuração próprias. Aqui também se realiza a construção de questionário, sendo por isso necessária inicialmente a análise da pertinência de cada indicador para explicar o construto a que se propõe.

Além disso, há que se considerar também a adaptação da redação dos itens aos objetivos da pesquisa, o que pode implicar em perda ou melhoria do poder explicativo do indicador. Ressalta-se que não houve a criação de nenhum item novo, apenas adaptação de itens já testados por outros autores, apenas ajustando suas redações. Desta forma, resta clara a necessidade de validação dos indicadores dentro de seus construtos, antes de sua inclusão no modelo.

Para a realização desta análise, utiliza-se a ferramenta Jamovi, onde são testados, um a um, os indicadores de cada uma das variáveis a fim de se confirmarem a adequação dentro dos respectivos construtos. Os resultados podem ser observados no Apêndice C.

3.2.3.4 Etapa 2 – Avaliação do Modelo de mensuração

A utilização da técnica de Modelagem de Equações Estruturais (MEE) pressupõe a existência de um construto particular de indicadores em cada variável latente.

Segundo Bryman e Bell (2011), a análise fatorial é usada quando são apresentados múltiplos indicadores, como é o caso das Escalas de *Likert*, para determinar se grupos de indicadores tendem a se agrupar para formar agrupamentos distintos (fatores). Hair et al. (2019) também apontam que a análise fatorial tem como objetivo definir a estrutura subjacente entre as variáveis na análise. Ou seja, com a utilização da análise fatorial busca-se confirmar se os itens do questionário convergem para explicar a variável latente (construto). Como os indicadores foram construídos especificamente para os fatores identificados na literatura, faz-se uso da Análise Fatorial Confirmatória (AFC).

Dessa forma, para avaliação do modelo de mensuração, inicialmente, é realizada a AFC, sendo avaliadas a validade convergente, validade discriminante e confiabilidade. Hair et al. (2014, p. 121) definem validade convergente como a “medida em que uma medida se correlaciona positivamente com outras medidas (indicadores) do mesmo construto”. Ou seja, busca-se confirmar se os indicadores se agrupam para explicação de um mesmo construto. Os mesmos autores indicam que a validade discriminante representa a medida em que um construto é verdadeiramente distinto de outros construtos (p. 115). Aqui, busca-se confirmar se os indicadores não apenas se agrupam, mas não respondem à mais de um construto, ou até contribuem mais para explicar outros construtos do que o qual está vinculado.

Por último, a confiabilidade representa a consistência de uma medida, indicando a apresentação de resultados consistentes sob condições consistentes (HAIR et al. 2014, p. 116), indicando que o instrumento de pesquisa é adequado para explicar aquilo que se propõe. Para isso utiliza-se do Alfa de Cronbach e da Confiabilidade Composta (HAIR et al. 2014).

3.2.3.5 Etapa 3 - Avaliação do modelo estrutural

Depois de confirmado que as medidas são válidas e confiáveis, o próximo passo é a avaliação do modelo estrutural (HAIR et al. 2014, p. 168). Aqui, o objetivo é analisar as relações entre as variáveis latentes, o que é feito por meio de análise de regressão múltipla, sendo então testadas as influências e significâncias entre as variáveis explicativas e a variável resposta. Segundo Hair et al. (2019), o objetivo da análise de regressão múltipla é prever as mudanças na variável dependente em resposta a mudanças nas variáveis independentes. Dessa forma, a análise de regressão é realizada em relação à cada uma das variáveis latentes do modelo em relação às suas conexões (caminhos) com as demais.

Assim, com base nas relações hipotéticas apresentadas na seção 3.1.1, na qual promovem-se potenciais explicações para os construtos estabelecidos, realiza-se então o teste de hipóteses a fim de confirmá-las ou rejeitá-las. Os resultados da MEE nos permitem testar as hipóteses a fim comprovar empiricamente as relações de caminho propostas (HAIR et al. 2014, p. 202).

Como referências empíricas, Pacaldo e Ferrer (2020) utilizaram MEE, utilizando a técnica PLS para estabelecer a relação de causalidade entre as variáveis explicativas (coerção e confiança no governo) e a moral tributária de empreendedores. Mangoting et al. (2019) também utilizaram PLS para investigar a relação moderadora do poder coercitivo sobre a relação entre a moral tributária e a evasão fiscal. Tais estudos demonstram a aplicabilidade e validade em estudos sobre moral tributária, sendo então escolhida a ferramenta SmartPLS versão 3 para realização das análises.

Uma vez apresentadas as etapas de pesquisa, passa-se agora à apresentação dos resultados encontrados.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção são apresentados os resultados da pesquisa: a caracterização da amostra (perfil dos respondentes e das empresas administradas por eles), a estatística descritiva das variáveis latentes, a avaliação do modelo de mensuração (validade convergente, validade discriminante e confiabilidade dos construtos) e a avaliação do modelo estrutural (teste das hipóteses). Por fim, apresenta-se a discussão dos resultados da análise, promovendo então a síntese dos resultados.

4.1 ETAPA 1 – ESTATÍSTICA DESCRITIVA

Inicialmente, com base nos dados já tratados, apresenta-se a caracterização da amostra, onde são analisados descritivamente os dados coletados (variáveis latentes e de controle), em especial a sua frequência absoluta e relativa.

Juntamente, é apresentado o índice de moral tributária estimado para cada grupo de respondentes que se agrupam com base nas categorias de análise, conforme cálculo descrito na seção 3.2.3.2.

A média geral de respostas em relação à moral tributária, considerando todos os respondentes, foi de 3.91, correspondendo à um índice de moral tributária de 7.34.

4.1.1 Perfil dos empreendedores entrevistados

Aqui, foi possível traçar o perfil dos empreendedores do setor de telecomunicações. Primeiramente são apresentados os dados referentes ao sexo dos empreendedores (tabela 3).

Tabela 3: Estatística Descritiva - Sexo

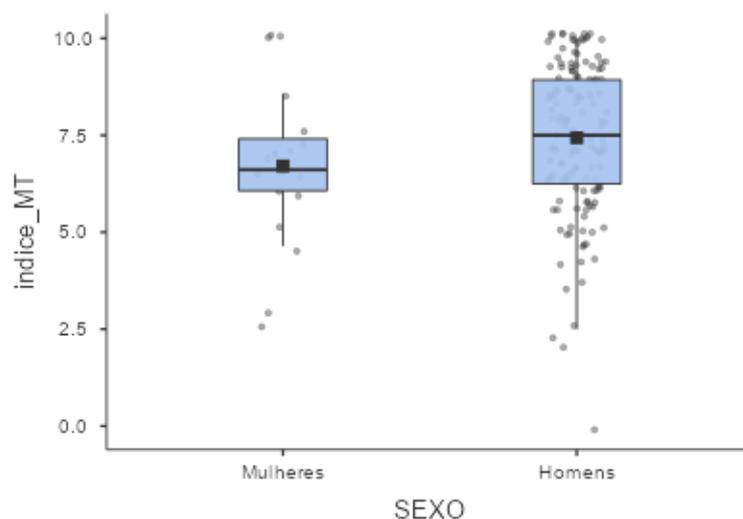
Faixa	Sexo	Frequência	Porcentagem	Índice Moral Tributária
1	Masculino	147	89%	7.43
0	Feminino	18	11%	6.71

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Pode-se perceber que o setor de telecomunicações é dominado por empresários do sexo masculino (n=147), representando aproximadamente 90% da

nossa amostra. O empreendedorismo feminino no setor ainda é baixo (n=18), apenas 10%.

Figura 21: Moral tributária por sexo



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Sobre o índice de moral tributária identificou-se uma moral tributária maior dos homens (7.43) em relação às mulheres (6.71). Esses achados contrastam com os resultados de Williams e Horodnic, 2017; Alm e Torgler, 2006; Leonardo et al. 2017, onde as mulheres apresentaram maior moral tributária. Enquanto nesses estudos, foi identificado atitudes mais conservadoras, regradas e disciplinadas das mulheres, aqui curiosamente observa-se o oposto. Um ponto a ser destacado é o fato de o setor de telecomunicações apresentar um ambiente onde há necessidade de maior especialização conforme já exposto. Assim, a falta de conhecimento técnico e os preconceitos enfrentados pelas mulheres podem afetar as percepções delas sobre a tributação. Com base nisso, as evidências apontam que as mulheres empreendedoras do setor de telecomunicações estão mais propensas à evasão fiscal em comparação com os homens.

Tabela 4: Estatística Descritiva - Idade

Faixa	Idade	Frequência	Porcentagem	Índice Moral Tributária
1	Menos de 20 anos.	1	1%	5.71
2	Entre 21 e 30 anos.	27	16%	6.60
3	Entre 31 e 40 anos.	69	42%	7.12
4	Entre 41 e 50 anos.	45	27%	7.90
5	Entre 51 e 60 anos	15	9%	7.95
6	Mais de 60 anos.	8	5%	7.99

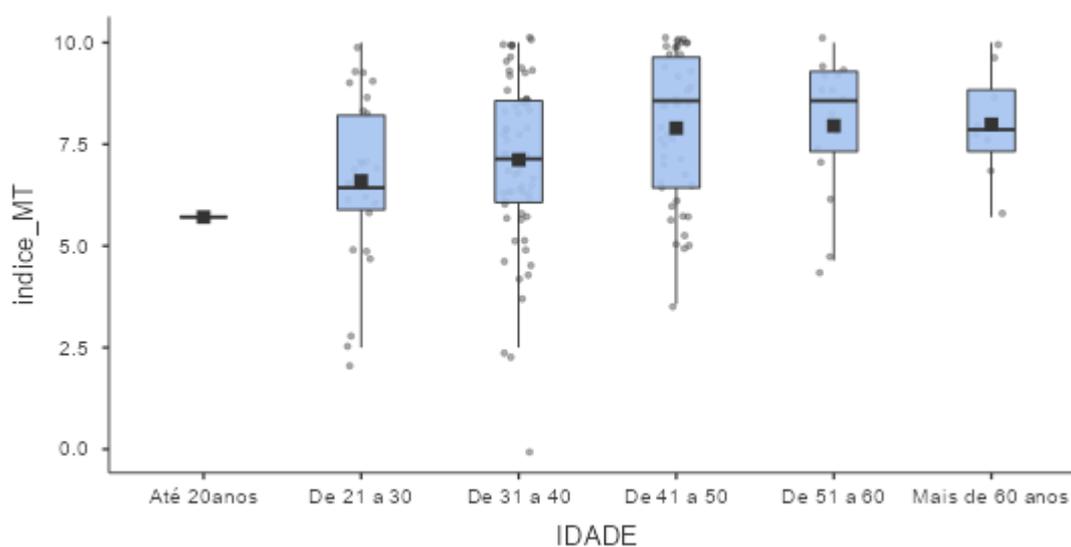
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Com relação à idade dos entrevistados (tabela 4), identificou-se que aproximadamente 70%, têm entre 31 e 50 anos (n=114), sendo que, empreendedores de até 50 anos (n=142) representam 85% da amostra, estando bem próximo da proporção global encontrada no GEM 2019, onde apenas 12% dos empreendedores brasileiros possuem mais de 55 anos, ou seja, 88% abaixo dessa idade. Não se vislumbram diferenças no setor de telecomunicações.

Assim, percebe-se que o setor de telecomunicações apresenta um perfil de empreendedores mais experientes, apresentando baixos índices de jovens empreendedores (abaixo de 30 anos). Uma explicação é a maior especialização, que acaba por inviabilizar a entrada de indivíduos mais jovens, sem experiencia. Com menos de 20 anos, recebeu-se apenas 1 resposta, enquanto no limite superior, com mais de 60 anos apenas 8 respostas. NO GEM 15% dos empreendedores possuem menos de 24 anos, frente à 1% até 20 anos nesta pesquisa. Ainda, no GEM 12% estão acima de 55 anos, enquanto aqui 5% estão acima de 60 anos.

Portanto, os dados aqui apresentados não distorcem aos dados globais de empreendedorismo no Brasil, corroborando as evidências aqui identificadas.

Figura 22: Moral tributária por idade



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Aqui, mostra-se relevante a relação da idade com a moral tributária, já que se pode observar que o índice de moral tributária aumenta conforme a idade também aumenta. A partir disso, se poderia afirmar que à medida que o sujeito

avança em termos de idade, ele adquire maior conscientização sobre a importância do pagamento de tributos e com isso sua propensão à evasão fiscal diminui. Além disso, a idade representa um conjunto de experiências e vivências que ressignificam a visão de mundo das pessoas e, portanto, podem provocar maior interesse em reduzir desigualdades, incentivando o comportamento correto, nesse caso a conformidade tributária.

Tabela 5: Estatística Descritiva - Estado Civil

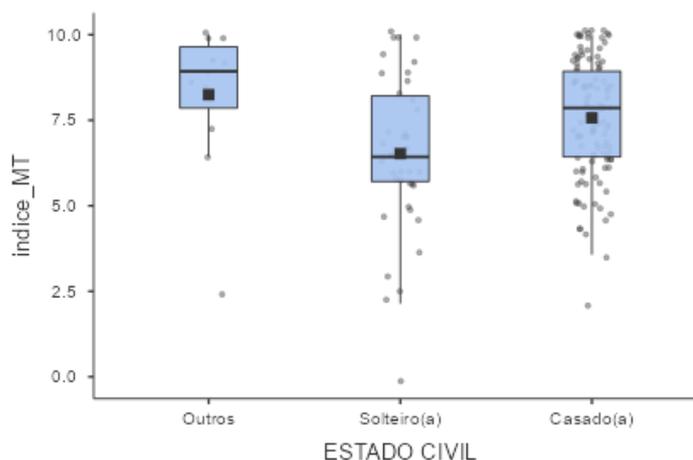
Faixa	Estado Civil	Frequência	Porcentagem	Índice Moral Tributária
1	Solteiro (a)	41	25%	6.43
2	Casado (a)	113	68%	7.86
	Divorciado (a)	9	6%	
0	Viúvo (a)	1	1%	8.93
	Não quero responder	1	1%	

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Partindo para o estado civil (tabela 5), identifica-se uma forte prevalência de empreendedores casados ($n=113$), representando aproximadamente 70% da amostra. Em seguida aparecem os solteiros ($n=41$). Os demais somados representam menos de 10%, sendo então agrupados para fins de análise dos dados.

Em relação ao setor de telecomunicações, se observou a grande prevalência de indivíduos casados (que possuem maiores laços sociais), sendo que apenas 25% não possuem essas relações mais amplas. O fato de o setor possuir mais empreendedores mais experientes pode ter contribuído para isso, já que as chances de constituir família aumentam com a idade.

Figura 23: Moral tributária por estado civil



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Esses dados se tornam interessantes pois a estrutura de laços sociais que o empreendedor possui em sua vida privada também pode afetar suas atitudes e ações em sua atividade empresarial. Assim, o fato de que constituir uma família pode indicar maior engajamento social ou preocupação com questões mais amplas da vida em sociedade que podem se refletir na moral tributária.

Nesse sentido, pode-se perceber que a moral tributária de empreendedores casados (7.86) acaba sendo maior do que a dos solteiros (6.43), essa diferença acaba sendo bem expressiva, indicando que realmente a constituição de família tende a melhorar a consciência do indivíduo em relação à tributação. Ademais, importante destacar que o maior índice foi encontrado nas demais respostas (8.93), que englobam os divorciados, viúvos e os que não quiseram responder, contudo dado o baixo volume de respostas, impõe-se cautela nas conclusões em relação a esse grupo.

Tabela 6: Estatística Descritiva - Escolaridade

Faixa	Escolaridade	Frequência	Porcentagem	Índice Moral Tributária
1	Ensino Fundamental	4	3%	7.23
2	Ensino médio	34	20%	7.70
3	Ensino superior	78	47%	7.13
4	Especialização	36	22%	7.40
5	Mestrado/doutorado	13	8%	7.72

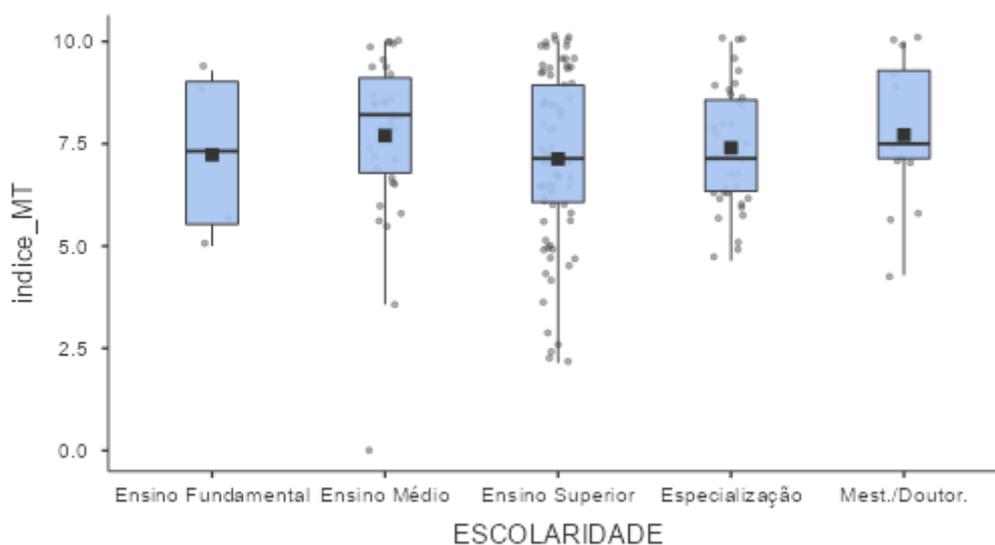
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

As respostas em relação à escolaridade (tabela 6) permitiram identificar e confirmar que o setor de telecomunicações apresenta um ambiente onde há maior especialização por parte dos empresários. 77% dos respondentes possuem ao menos ensino superior, sendo que 30% deles tem pós-graduação (especialização: n=36 ou mestrado/doutorado: n=13). Diferentemente de outras atividades, como comércio e serviços, onde não se faz necessário grande conhecimento técnico para que se possa empreender, o setor de telecomunicações exige um conhecimento maior por parte do empreendedor, dada a forte imposição de regulamentações e legislações mais técnicas, inviabilizando ou minimizando a entrada de indivíduos com pouco ou nenhum conhecimento na área. Isso se confirma por número tão expressivo de indivíduos com ensino superior ou mais (aproximadamente 80%).

Por outro lado, apenas 3% possuem apenas ensino fundamental (n=5) e 20% ensino médio (n=34). Essa baixa especialização não é impeditiva para a

atividade empreendedora, mas aparenta ser um dificultador. Importante também mencionar que nenhuma mulher possui menos que ensino superior, indo contra ao argumento de que apresentam falta de conhecimento técnico às mulheres, embora não se tenha exigido a área de formação do respondente, podendo significar que sua formação se dê em áreas fora das engenharias (administração, direito, contabilidade, etc.).

Figura 24: Moral tributária por escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Conforme explanado anteriormente, poder-se-ia separar os empreendedores em 2 grupos: especialistas (com ensino superior ou mais) e os não-especialistas (ensino fundamental e médio). Diante disso, pode-se observar que nos 2 grupos há um aumento da moral tributária conforme a escolaridade aumenta. Importante considerar que não foi exigido a área de formação do respondente, portanto não se pode afirmar que todos possuem formação técnica na área, contudo o fato de possuir ensino superior lhe permite uma especialização para a atividade empresarial.

No grupo de especialistas observa-se a maior moral tributária em quem tem mestrado/doutorado (7.72), enquanto quem possui ensino superior apresenta média de 7.13. Já no grupo de não especialistas, identifica-se uma baixa moral tributária em quem possui apenas ensino fundamental (6.64), sendo que empreendedores com ensino médio (7.70) apresentam índice similar a quem possui

mestrado/doutorado. Isso implica que um aumento de formação dos empreendedores contribui para gerar uma maior consciência deles sobre a tributação e com isso diminui sua possibilidade de se utilizar de atos de evasão fiscal. Também pode-se afirmar que o fato de o empreendedor não possuir ensino superior não significa que a consciência em relação à tributação seja menor, já que empreendedores com ensino médio possuem moral tributária praticamente igual a de quem possui mestrado ou doutorado, não se podendo afirmar assim que uma maior escolaridade necessariamente aumentará a moral tributária.

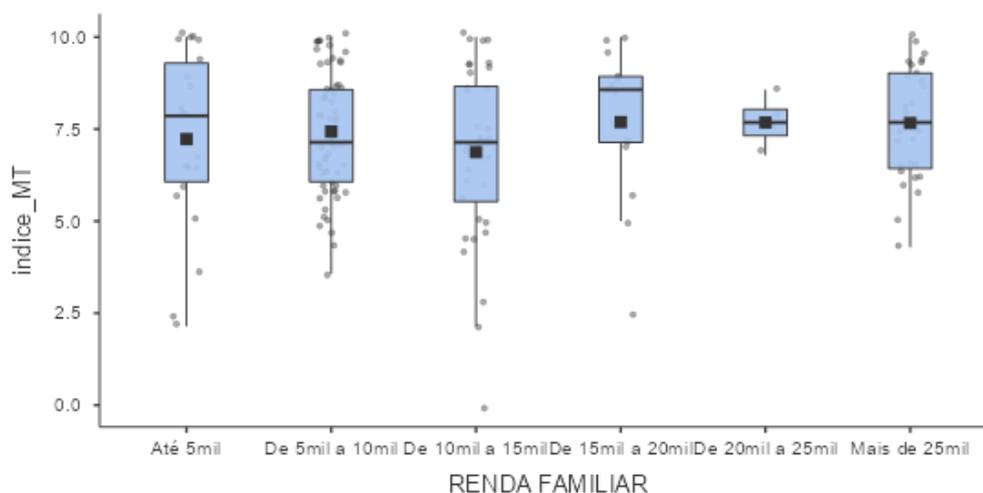
Tabela 7: Estatística Descritiva - Renda familiar mensal

Classe	Renda familiar mensal	Frequência	Porcentagem	Índice Moral Tributária
D e E	Menos de R\$ 5.000,00	21	13%	7.23
C	Entre R\$ 5.000,00 e R\$ 10.000,00	61	37%	7.44
C	Entre R\$ 10.000,00 e R\$ 15.000,00	36	22%	6.88
B	Entre R\$ 15.000,00 e R\$ 20.000,00	15	9%	7.69
B	Entre R\$ 20.000,00 e R\$ 25.000,00	4	2%	7.68
A	Mais de R\$ 25.000,00	28	17%	7.67

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Por último, em relação à renda familiar mensal dos empreendedores (tabela 6) permitiu identificar a classe social a que o empreendedor pertence. Os resultados apontam que metade dos entrevistados possuem renda de até R\$ 10.000,00 (n=82), ou seja, estão nas classes C, D e E. Em especial a classe D e E possui apenas 13% de respostas. Isso indica que a maioria dos empreendedores representam microempreendedores. Já 17% indicaram renda superior a R\$ 25.000,00, ou seja, estão na Classe A, representando por isso os grandes empresários.

Figura 25: Moral Tributária por renda familiar



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Em relação à moral tributária, o menor índice (6.88) foi encontrado nas respostas de quem possui renda de R\$10mil a R\$ 15mil (Classe C), seguida por quem ganha menos de R\$5mil (Classe D e E), com índice de 7.23. Ocupando posto intermediário, aparece a faixa 2 (Entre R\$ 5mil a 10mil – Classe C), com moral tributária de 7.44. Ou seja, as classes C, D e E possuem os menores índices.

Por outro lado, quem ganha mais de R\$ 15mil (Classes A e B) obteve moral tributária maior, estando as 3 faixas bem próximas do mesmo índice, variando de 7.67 a 7.69. Isso permite concluir que a partir do momento em que o indivíduo passa a receber uma remuneração que o permite alcançar determinadas conquistas e poder aquisitivo, aumentando sua classe social, passa também a ter uma maior moral tributária. O resultado indica que o estrato de renda mais elevada (Classes A e B) teria maior predisposição ao pagamento de impostos. Contudo, esse aumento não é linear, visto que há faixas onde há redução dessa moral tributária (vide faixa de transição a partir de R\$ 10mil dentro da Classe C).

Em resumo, buscando apresentar um perfil desses empreendedores, constatamos que a maior parte são homens (90%), com idade entre 31 a 50 anos (70%), casados (70%), com no mínimo ensino superior (77%) e com renda familiar mensal de até R\$ 15mil (72%), ou seja, das Classes C D e E. Em relação à MT, destaca-se a idade com indicativo de influência a ser testada na análise dos dados.

4.1.2 Perfil das empresas

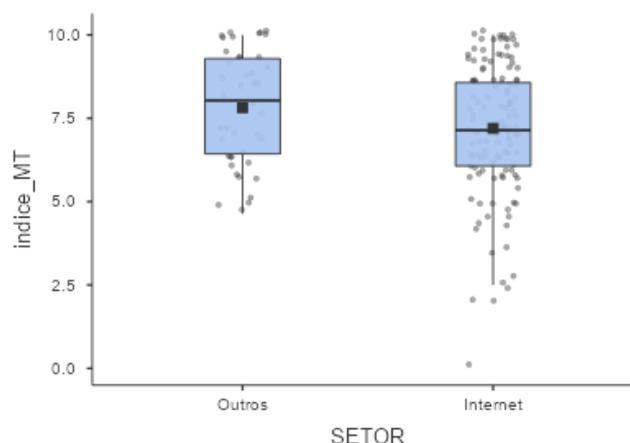
Em seguida, foi possível traçar o perfil das empresas administradas pelos empreendedores do setor de telecomunicações. Aqui são apresentados dados relacionados à frequência relativa e absoluta em relação a cada dado sociodemográfico das empresas e o índice de moral tributária em relação à cada um desses fatores. Começando pelo setor de atividade, conforme tabela 7.

Tabela 8: Estatística Descritiva – Setor de atividade

Faixa	Dados da Empresa	Frequência	Porcentagem	Índice Moral Tributária
1	Internet Banda Larga	123	75%	7.20
	Rádio	17	10%	
0	Televisão aberta e por assinatura	5	3%	7.81
	Telefonia	6	4%	
	Outros	14	8%	

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Foi possível identificar uma massiva participação na pesquisa de provedores de internet (n=125), representando 75% da amostra. O fato de ter havido grande incentivo à entrada de empreendedores no provimento de internet contribui para isso, sendo o serviço de telecomunicação de mais fácil entrada de empreendedores, devido aos custos baixos e desinteresse das grandes prestadoras, diferentemente de outros setores como telefonia e televisão. Enquanto os pequenos prestadores de internet representam aproximadamente 40% do mercado, nos demais serviços a participação não passa de 10%. Infelizmente, houve baixa adesão de empreendedores prestadores de serviços de televisão (n=5) e telefonia (n=6), contudo isso já era esperado já que esses serviços são dominados por grandes operadoras (+ de 90% de mercado) e por isso há uma dificuldade de acesso a esses empreendedores, visto que a maioria delas são empresas multinacionais. Em vista da grande participação da internet, os dados foram convertidos em *dummy*.

Figura 26: Moral tributária por setor de atividade

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Em relação à moral tributária, identificou-se que os provedores de internet (7.20) possuem moral tributária menor que as demais atividades agrupadas (7.81). A existência de menor controle sobre esses provedores em razão dos benefícios concedidos (simplificação de obrigações) e da ampla participação dessas empresas no Simples Nacional (menos obrigações e carga tributária), faz com que um menor controle implique em uma menor consciência e preocupação sobre a tributação. Percebe-se que as demais empresas apresentam médias de respostas mais concentradas, a maioria estando acima de 5, o que indica um maior reconhecimento da tributação em comparação com os provedores de internet.

Para identificar o porte das empresas realizam-se 2 abordagens. A primeira utiliza o número de empregados (tabela 9), onde é possível verificar um ambiente onde existe maior número de pessoas, ou seja, com maiores laços sociais, pode influenciar as atitudes dos empreendedores, apresentando ambiente menos favorável à evasão fiscal.

Tabela 9: Estatística Descritiva - Porte (nº de empregados)

Faixa	Dados da Empresa	Frequência	Porcentagem	Índice Moral Tributária
1	Empreendedor individual (MEI)	6	3%	7.56
2	Micro (1-9)	79	48%	7.32
3	Pequena (10-49)	54	33%	7.41
4	Média e Grande (+50)	26	16%	7.29

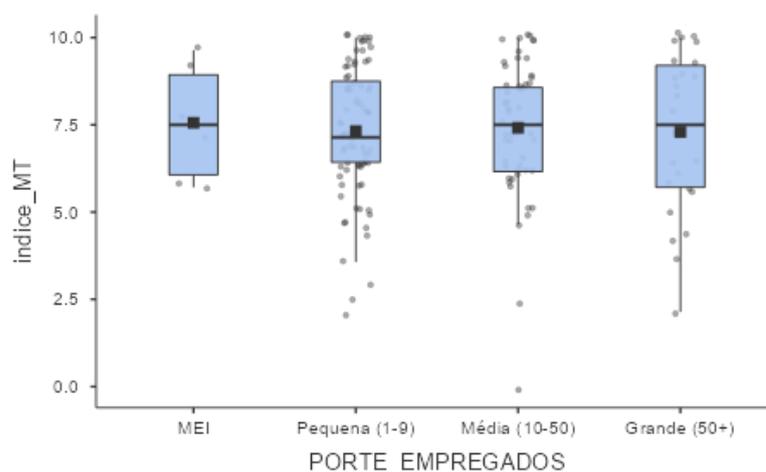
Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Os resultados mostram que apenas 4% dos entrevistados se declararam empreendedores individuais (n=6), o que não surpreende, já que a maioria dos

empreendedores do setor de telecom não conseguem atuar sozinhos, contudo, é comum que alguns provedores realizem suas atividades como autônomos, realizando toda a atividade empresarial e, em alguns casos, terceirizando a parte contábil. Também foi possível verificar que metade das empresas possui de 1 a 9 empregados (n=79), sendo que 75% delas são provedores de internet e apenas 4 não estão no Simples Nacional, confirmando também a ampla popularização dos pequenos provedores a partir das políticas públicas fomentadoras. Assim, se observou que metade dessas empresas tem até 9 empregados, possuindo laços sociais mais restritos.

Enquanto isso, um terço das empresas possui entre 10 a 49 empregados (n=54). Com mais de 50 empregados foram 26 respostas, representando 16% das respostas, sendo curioso que 5 delas tenham declarado estar no Simples Nacional, contudo seus faturamentos declarados encontram-se dentro dos limites para opção pelo Simples Nacional (até R\$ 4,8 milhões). Aqui, pode-se observar a existência de maiores laços sociais, contudo não foi exigido que a empresa declarasse o número exato de empregados que ela possui, não sendo possível, portanto, estimar a média de empregados no setor de telecomunicações, podendo haver empresas com número bem acima de 50 funcionários.

Figura 27: Moral Tributária por porte (nº de empregados)



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Não se verificaram grandes diferenças entre as médias de moral tributária comparando-se por número de empregados, todas as faixas ficaram bem próximas. O melhor índice foi de 7.56 referente aos empreendedores individuais, seguido pelas

pequenas empresas com 10 a 49 empregados (7.41), ou seja, entre as empresas que possuem menos famílias que dependem dela para seu sustento (mais laços sociais). Abaixo da média geral ficaram as microempresas com até 9 empregados (7.32), com índice praticamente igual ao das empresas com mais de 50 empregados (7.29), onde foi possível observar uma maior variância das respostas.

Já a segunda forma de medir o porte das empresas se dá pelo faturamento anual delas (tabela 10). Aqui, o objetivo foi identificar se à medida em que as empresas obtêm melhor resultado econômico (desempenho) a moral tributária também se altera.

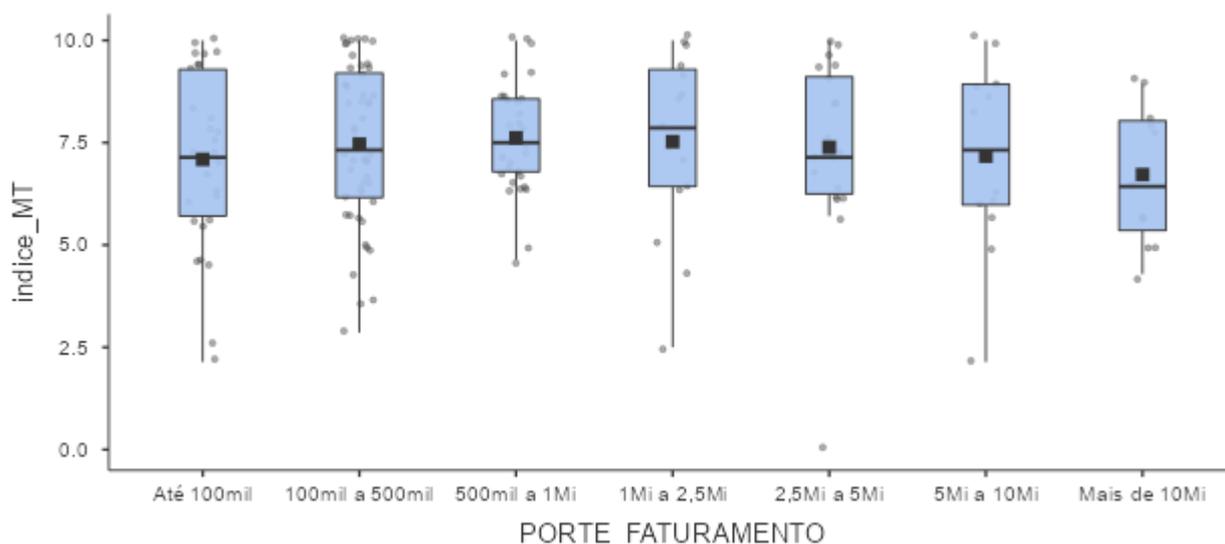
Tabela 10: Estatística descritiva - Porte (faturamento anual)

Porte	Dados da Empresa	Frequência	Porcentagem	Índice Moral Tributária
Micro	Até R\$ 100.000,00	28	17%	7.09
Micro	Entre R\$ 100.000,00 e R\$ 500.000,00	50	30%	7.46
Peq.	Entre R\$ 500.000,00 e R\$ 1.000.000,00	30	18%	7.62
Peq.	Entre R\$ 1.000.000,00 e R\$ 2.500.000,00	15	9%	7.52
Média	Entre R\$ 2.500.000,00 e R\$ 5.000.000,00	19	12%	7.39
Média	Entre R\$ 5.000.000,00 e R\$ 10.000.000,00	12	7%	7.17
Grande	Acima de R\$ 10.000.000,00	11	7%	6.72

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Identificou-se que 75% dos entrevistados têm faturamento menor do que R\$2,5 milhões, ou seja, são micro e pequenas empresas, sendo que a maior frequência é observada nas empresas que possuem faturamento de R\$100mil a R\$500mil (30%). Por outro lado, com faturamento acima de R\$5 milhões, ou seja, que estão acima do limite de opção pelo Simples Nacional e que por isso indicariam médias e grandes empresas, foram obtidas 23 respostas, representando 14% da amostra.

Figura 28: Moral tributária por porte (faturamento)



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Aqui identificou-se os menores índices de moral tributária entre as microempresas (até R\$ 100 mil) com 7.09 e grandes empresas (mais de R\$ 10 milhões) com 6.72, ou seja, os faturamentos marginais. Contudo, há menor variância entre grandes empresas em comparação às pequenas. O fato de empresas maiores poderem assumir maior risco em função da relevância dos valores tributários frente ao faturamento, já que os efeitos da sonegação serão menores e impactam menos a sua sobrevivência e isso pode assumir força sobre a disposição ao pagamento de impostos. Já as menores apresentam uma boa concentração de respostas no limite superior, contudo respostas abaixo de 5 puxam a média para baixo.

Já as maiores médias foram encontradas em pequenas empresas (entre R\$ 500 mil a R\$ 2,5 milhões). Em seguida aparecem microempresas com faturamento de R\$ 100 mil a R\$ 500 mil (7.46). Pode-se perceber que o índice possui um crescimento até os faturamentos de R\$ 2,5 milhões (micro e pequenas empresas) e depois um recuo, indicando que empresas com faturamento acima de R\$ 5 milhões (médias e grandes empresas) possuem moral tributária abaixo da média. Assim, um maior desempenho econômico pode levar à uma redução da moral tributária.

O questionário também solicitou a indicação do Regime Tributário dessas empresas (tabela 11), o que permitiria o cruzamento com os dados de faturamento para fins de validação das informações prestadas.

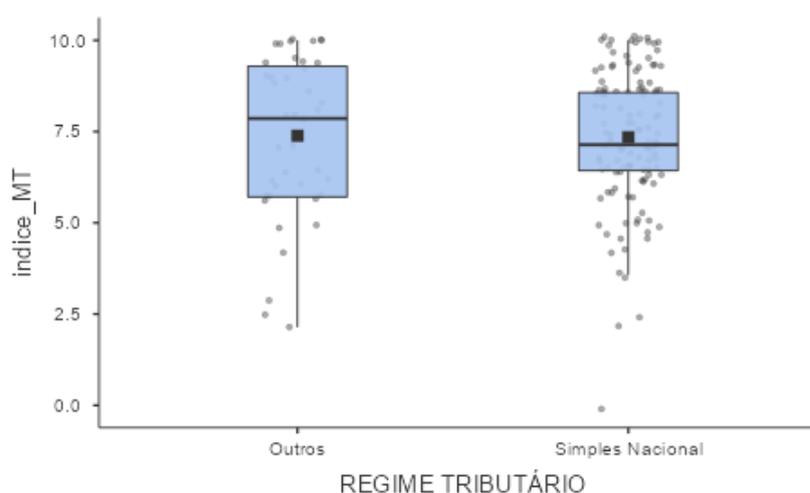
Tabela 11: Estatística Descritiva - Regime Tributário

Faixa	Dados da Empresa	Frequência	Porcentagem	Índice Moral Tributária
1	Simples Nacional	124	75%	7.39
	MEI	2	1%	
0	Regime Normal (Lucro Real)	26	16%	7.34
	Regime Normal (Lucro Presumido)	13	8%	

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Pode-se observar a ampla adesão de empresas de telecomunicações ao Simples Nacional (n=124), representando 75% da amostra. Tal dado se encontra de acordo com o faturamento apresentado, já que 75% das empresas declararam faturamento menor do que R\$ 2,5 milhões. Isso pode ser também confirmado pelos dados do Sebrae⁸, onde em maio/2020 haviam 19,2 milhões de empresas no Brasil, sendo 14,6 milhões optantes pelo Simples Nacional, representando 74% das empresas, proporção praticamente igual ao aqui encontrado (75%). Em razão dessa grande participação do Simples Nacional nas respostas, também se realizou a conversão da variável “Regime Tributário” em *dummy*.

Ressalta-se que o limite máximo para poder aderir ao Simples é de R\$ 3,6 milhões, havendo sublimites estaduais de até R\$ 4,8 milhões, tendo-se observado que o grupo que possui faturamento de R\$ 2,5 milhões a R\$ 5 milhões (n=19) apresenta uma faixa de transição, podendo estar simultaneamente nos 2 Regimes Tributários, sendo que o questionário apenas permitia a escolha de 1 opção.

Figura 29: Moral tributária por regime tributário

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

⁸ <https://datasebrae.com.br/totaldeempresas-11-05-2020/>

Não houve diferença na moral tributária média por regime tributário. Tanto as empresas do Simples Nacional (7.34) quanto as demais empresas agrupadas (7.39) apresentaram o índice de moral tributário bem próximo da média geral (7.35). Isso significa que o regime tributário não tem impacto sobre a moral tributária dos empreendedores, ou seja, o fato de estarem no Simples Nacional (possuírem benefícios fiscais em razão de seu porte) não altera sua disposição ao pagamento de impostos.

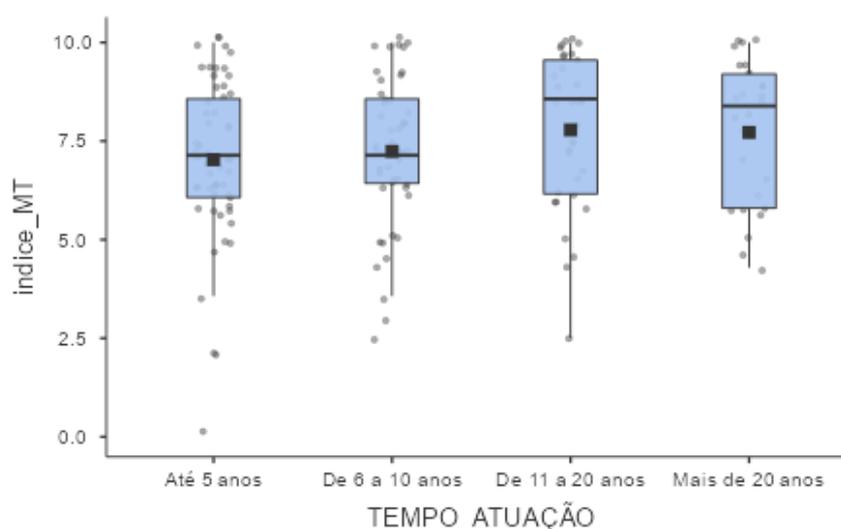
Tabela 12: Estatística Descritiva - Tempo de atuação

Faixa	Dados da Empresa	Frequência	Porcentagem	Índice Moral Tributária
Iniciantes	Menos de 5 anos	56	34%	7.03
Jovens	6 a 10 anos	49	30%	7.24
Intermed.	11 a 20 Anos	34	20%	7.78
Senior	Mais de 20 anos	26	16%	7.72

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Partindo para o tempo de atuação (tabela 12), identificou-se que dois terços (aproximadamente 64%) das empresas possuem menos de 10 anos ($n=105$), representando empresas iniciantes. A frequência vai caindo à medida que o tempo vai aumentando, representando empresas jovens e intermediárias. No outro extremo, apenas 26 empresas possuem mais de 20 anos, representando 16% da amostra, sendo então empresas consolidadas no mercado (Sênior).

Tabela 13: Moral tributária por tempo de atuação



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Em relação à moral tributária observa-se uma tendência positiva, aumentando-se a moral tributária à medida que o tempo de atuação da empresa aumenta, sendo que a menor média foi encontrada em empresas iniciantes (7.03), enquanto a maior está nas empresas jovens, que possuem entre 11 a 20 anos (7.78), contudo bem próximas das empresas consolidadas (7.72). Diante disso, pode-se concluir que empresas com menos de 10 anos tendem a ter moral tributária menor (7.13) do que empresas com mais de 10 anos (7.75). Isso pode ser explicado pelo fato de empresas mais jovens estarem mais dispostas a correrem riscos, principalmente pensando na sua sobrevivência. Já as mais antigas, por terem passado do estado de amadurecimento do negócio adquirem também maior consciência do seu papel na tributação.

Por fim, em relação à localização dessas empresas, foi solicitado o Estado (unidade federada) em que as empresas possuem sua matriz (tabela 13).

Tabela 14: Estatística Descritiva - Estado (UF)

Dados da Empresa	Frequência	Porcentagem	Índice Moral Tributária
Acre (AC)	0	0%	-
Alagoas (AL)	1	1%	8.93
Amapá (AP)	1	1%	10.00
Amazonas (AM)	2	1%	4.65
Bahia (BA)	13	8%	8.38
Ceará (CE)	6	4%	5.06
Distrito Federal (DF)	4	2%	7.59
Espírito Santo (ES)	3	2%	9.05
Goiás (GO)	10	6%	6.72
Maranhão (MA)	3	2%	7.62
Mato Grosso (MT)	3	2%	7.62
Mato Grosso do Sul (MS)	4	2%	8.13
Minas Gerais (MG)	16	10%	6.94
Pará (PA)	9	5%	7.74
Paraíba (PB)	4	2%	7.68
Paraná (PR)	19	11%	7.93
Pernambuco (PE)	7	4%	7.25
Piauí (PI)	2	1%	6.61
Rio de Janeiro (RJ)	5	3%	8.00
Rio Grande do Norte (RN)	2	1%	8.22
Rio Grande do Sul (RS)	14	8%	6.79
Rondônia (RO)	1	1%	6.43
Roraima (RR)	0	0%	-
Santa Catarina (SC)	12	7%	7.35
São Paulo (SP)	25	15%	7.01
Sergipe (SE)	1	1%	8.21
Tocantins (TO)	0	0%	-

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

A maior frequência foi encontrada em São Paulo (n=25). Outros 6 estados tiveram mais de 10 respostas: Paraná (n=19), Minas Gerais (n=16), Rio Grande do Sul (n=14), Bahia (n=13), Santa Catarina (n=12) e Goiás (n=10). Por outro lado, houve baixo índice de respostas em diversos Estados, contemplando uma resposta nos Estados de Alagoas, Amapá, Rondônia e Sergipe e nenhuma resposta nos Estados do Acre, Roraima e Tocantins.

Tabela 15: Estatística Descritiva - Região

Faixa	Dados da Empresa	Frequência	Porcentagem	Índice Moral Tributária
1	Norte	13	8%	7.34
2	Nordeste	37	22%	7.51
3	Centro-oeste	21	13%	7.28
4	Sul	45	27%	7.42
5	Sudeste	49	30%	7.22

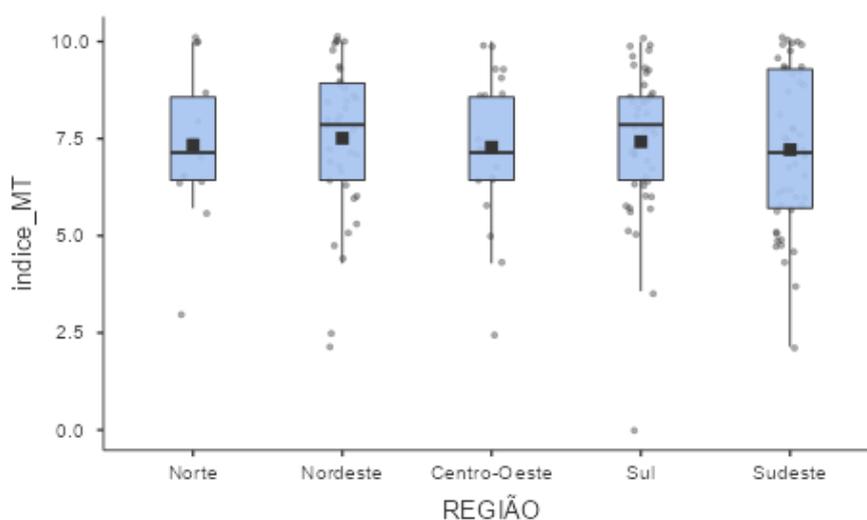
Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Dada essa limitação, promoveu-se o agrupamento das respostas por regiões geográficas (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sul e Sudeste), conforme tabela 13. Os resultados indicam a prevalência de respostas no Sudeste, seguida de Sul e Nordeste. Com menor número de respostas aparece o Norte. Não se verifica grande concentração em alguma região, estando o Sudeste, Sul e Nordeste com proporções bem próximas, representando os mercados onde as telecomunicações assumem maior força.

Para confirmar essa proporção é possível realizar o cruzamento com os dados do Sebrae, sendo filtrado por CNAEs (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) que iniciam em 61 (telecomunicações). Contudo, há que se ressaltar que tais dados se referem a maio/2021, último período disponibilizado, assim como também importante considerar que em nosso estudo consideramos apenas a matriz, sendo que os Dados do Sebrae consideram também as filiais. Os resultados apontam que 46% das empresas de telecom possuem sede no Sudeste, contrastando com os dados aqui levantados (30%). Uma possível explicação é a existência de muitas filiais no Sudeste dada a capilaridade de cidades. Já o Sul apresentou 15% das empresas, sendo que aqui representam 27%. Contudo, somando os 2 percentuais, os valores acabam se confirmando, representando 61% nos dados do Sebrae e 57% neste estudo. Ademais, as demais regiões apresentam

valores bem próximos aos aqui encontrados, sendo 6% no Norte (frente a 8%), 23% no Nordeste (frente a 22%) e Centro-oeste 10% (frente a 13%). Também pode-se utilizar como referência a proporção dentro da atividade econômica dos provedores de internet (CNAE 6110803 – SCM), onde 35% são do Sudeste, 30% do Nordeste, 15% do Sul, 12% do Centro-Oeste e 7% do Norte. Nesse caso há pequenas diferenças entre Sul, Sudeste e Nordeste, contudo corroborando com os dados aqui levantados.

Figura 30: Moral tributária por região geográfica



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Em relação à comparação da média de moral tributária entre regiões, verifica-se que a maior média é encontrada no Nordeste (7.51). Embora esta região possua índices de pobreza maior comparada às demais regiões, não se verifica prejuízo à motivação em relação à tributação. Em contraste, a região mais rica do país apresenta o pior índice, tendo o Sudeste apresentado média de 7.22. Pode-se observar também uma maior amplitude de respostas, principalmente comparado ao Sul que possui número bem próximo de frequência de respostas, o que pode implicar que no Sul há uma concentração maior de respostas no limite superior, indicando que a tributação obtém maior legitimidade por parte dos empreendedores nesta região.

Em resumo, buscando apresentar um perfil dessas empresas, constatamos que a maior parte são do setor de internet banda larga (75%), com no máximo 49 funcionários (84%), faturamento de até R\$ 2,5 milhões ao ano (75%), optantes do

Simplex Nacional (75%), com até 10 anos de atuação (64%), não havendo concentração geográfica, estando bem distribuída entre as diversas regiões e estados. Em relação à MT, nenhum dos fatores demonstrou evidências de influência significativa.

4.1.3 Estatística descritiva das variáveis latentes

Feitas as devidas análises sobre os dados dos entrevistados e das empresas, em seguida apresenta-se a estatística descritiva das variáveis de pesquisa. Aqui analisa-se a média de respostas para identificar se as percepções apontam concordância ou discordância. Médias de respostas entre de 1.00 e 2.99 significam a discordância do entrevistado em relação à afirmação, enquanto que respostas entre 3.00 e 5.00 significam a concordância, podendo indicar percepções positivas ou negativas de acordo com a definição de cada variável. Ressalta-se a existência de dois itens com valores invertidos (CO4 e SP2), sendo consideradas as médias dos dados já devidamente invertidos.

Tabela 16: Estatística Descritiva - Confiança no Governo

Cód.	Item	N	Média	Desv. padrão	Erro padrão
CG1	Em geral, o governo utiliza bem o dinheiro público.	165	2.15	1.06	0.0827
CG2	Em geral, os bens e serviços públicos fornecidos pelo governo são bons.	165	2.34	0.985	0.0767
CG3	Os contribuintes são informados de como o dinheiro público é gasto pelo Governo.	165	1.97	1.03	0.0804
CG4	O governo apoia os empreendedores.	165	2.24	1.08	0.0837
CG5	O governo trata os empreendedores corretamente.	165	2.02	1.02	0.0792

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Começando pela Confiança no Governo, pode-se observar que todos os itens possuem média menor do que 3, sendo que a média dos 5 itens foi de 2.14, indicando que os empreendedores do setor de telecomunicações apresentam desconfiança no Governo, sendo, portanto, uma percepção negativa.

A percepção sobre a transparência do Governo (CG3) foi o item que obteve menor média, indicando que esses empreendedores não percebem o Governo informando os contribuintes sobre a aplicação do Orçamento Público, representando, portanto, um ponto crítico a ser melhorado pelos Governos. Por outro lado, a melhor média foi encontrada na percepção sobre a qualidade dos

serviços públicos (CG2), contudo sua média continua abaixo de 3, implicando em desconfiança no Governo.

Os demais itens também apontam para uma reprovação à atuação governamental, estando todos abaixo de 3 e bem próximos da média geral do constructo. A percepção da boa aplicação do dinheiro arrecadado a partir das receitas tributárias obteve praticamente a mesma média do constructo (2.14).

Os dois últimos indicadores trazem a relação do Governo com os empreendedores. Foi possível constatar que os empreendedores percebem que o Governo não promove ações de suporte a eles (CG4), porém representou a segunda melhor média dentro do constructo (2.24). Já a percepção de interação com o governo (CG5) tem média levemente mais baixa (2.02), indicando que o tratamento dado aos empreendedores não é satisfatório.

Com base nisso, os empreendedores do setor não reconhecem uma boa atuação do Governo na aplicação do dinheiro arrecadado pelos impostos pagos por eles, indicando ineficiência dos bens e serviços públicos e falta de transparência nas ações governamentais, assim como também não se reconhece um tratamento adequado à eles.

Tabela 17: Estatística Descritiva – Justiça Tributária

Cód.	Item	N	Média	Desv. padrão	Erro padrão
JT1	Pessoalmente, para mim, o sistema tributário é justo.	165	1.52	0.754	0.059
JT2	Os empreendedores pagam impostos de acordo com sua capacidade de pagamento.	165	1.8	0.977	0.076
JT3	A legislação tributária está ajustada para pagar impostos de maneira justa e correta.	165	1.58	0.834	0.065
JT4	A carga tributária é dividida igualmente entre os diferentes setores econômicos.	165	1.56	0.784	0.061
JT5	O Fisco tenta ser justo na aplicação e fiscalização da legislação tributária.	165	1.85	0.991	0.077

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A percepção dos entrevistados sobre a Justiça Tributária apresenta um enfoque ainda mais negativo do que a Confiança no Governo, tendo-se observado que nenhum item possui média acima de 2, sendo a média geral dos 5 itens de 1.66.

A maior média foi em relação à percepção de justiça no tratamento pelo Fisco (JT5), 1.85, indicando uma desconfiança em relação à atuação do Fisco na aplicação das leis tributárias. Em seguida a percepção de que há isonomia na tributação em relação à capacidade contributiva dos contribuintes (JT2), com média

1.8, indicando o reconhecimento de que a política tributária é injusta ao não considerar a capacidade contributiva dos empreendedores.

Já a menor média foi encontrada na percepção pessoal de justiça do Sistema Tributário (JT1), 1.52, indicando que o indivíduo não sente que a tributação aplicada a ele é justa. Já a percepção justiça na carga tributária em relação aos setores econômicos (JT4) teve média de 1.56, indicando que os empreendedores não reconhecem isonomia na distribuição da carga tributária entre os setores econômicos. Por fim, a percepção de injustiça na legislação tributária (JT3) também foi reconhecida, sendo a média 1.58.

Aqui verificou-se que a maior injustiça é percebida na carga tributária paga pelo próprio contribuinte, seguida pela injustiça na distribuição da carga tributária e na legislação tributária. No geral, todos os itens convergem para explicar a justiça tributária, estando todos em valores próximos, não havendo distorções encontradas nas respostas. Com base nisso, pode-se concluir que os empreendedores do setor de telecomunicações não percebem justiça no sistema tributário.

Tabela 18: Estatística Descritiva - Corrupção

Cód.	Item	N	Média	Desv. padrão	Erro padrão
CO1	Há muita corrupção nas ações do governo.	165	4.01	1.23	0.096
CO2	Uma parte significativa do dinheiro arrecadado acaba no bolso de políticos corruptos.	165	4.16	1.12	0.087
CO3	Há um alto nível de corrupção entre os funcionários públicos e o governo.	165	3.95	1.14	0.089
CO4	Houve uma redução da corrupção nos últimos 5 anos.	165	(2.85) 3.15	1.48	0.116
CO5	Uma empresa precisa pagar propina para não ser fiscalizada ou punida.	165	2.52	1.3	0.101

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A corrupção já apresenta um enfoque diferente. Aqui uma resposta acima de 3 indica a percepção de que é reconhecida a existência de alta corrupção governamental, assim quanto maior o valor maior a corrupção percebida. Tendo em vista a média geral das respostas 3.56, se identifica uma percepção de alta corrupção por parte do Governo. Em sentido contrário, apenas a percepção de corrupção por parte dos auditores fiscais (CO5) apresenta média abaixo de 3 (2.52), indicando que os empreendedores discordam da existência de corrupção por parte da fiscalização tributária (auditores fiscais e autoridades tributárias).

Próximo da média 3, a percepção de redução de corrupção ao longo dos anos (CO4) teve seus dados invertidos e apresentou média de 3.15 indicando uma percepção de que não houve redução da corrupção nos últimos 5 anos, ou seja, uma percepção negativa em relação aos esforços anticorrupção. Tal item buscava resgatar os efeitos percebidos em relação ao combate à corrupção nos últimos anos, tomando como exemplo a operação Lava Jato. Contudo, os resultados indicam maior discordância em relação à essa redução, embora as respostas estejam bem próximas da neutralidade.

A maior média foi percebida na corrupção por parte das autoridades políticas (CO2) com média de 4.16, indicando uma percepção de que o dinheiro arrecadado pelos impostos acaba sendo desviado e indo parar no bolso dos políticos. Bem próximo aparece a percepção de corrupção nas ações do Governo (CO1) com média 4.01, apontando para corrupção nas políticas públicas. Também bem próximo, a percepção de corrupção por parte dos servidores públicos (CO3) apresenta média 3.95 indicando uma percepção de alta corrupção por parte dos servidores públicos em geral, não apenas considerando os auditores e autoridades tributárias.

Os resultados indicam que os empresários do setor de telecomunicações percebem um índice alto de corrupção governamental, sendo que apenas a percepção de corrupção por parte dos auditores obteve maior discordância por parte dos respondentes.

Tabela 19: Estatística Descritiva - Risco de Detecção

Cód.	Item	N	Média	Desv. padrão	Erro padrão
RD1	A probabilidade de ser pego pelo Fisco é alta.	165	3.25	1.18	0.092
RD2	O Fisco possui um sólido sistema de informática na detecção de fraudes.	165	3.14	1.14	0.089
RD3	O número de auditores fiscais é suficiente para combater a sonegação (fiscalizar os contribuintes).	165	2.42	1.06	0.083
RD4	O Fisco controla frequente e profundamente os empreendedores.	165	2.7	1.1	0.086
RD5	Os auditores fiscais combatem os crimes tributários de forma eficiente.	165	2.45	1.07	0.083

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Em relação ao risco de detecção, 2 itens apresentam média acima de 3 apontando concordância de que há um risco alto de ser pego cometendo atos de evasão fiscal pela fiscalização tributária, ou seja, a fiscalização acontece e promove

temor aos contribuintes. Contudo, a média geral de respostas é abaixo de 3 (2.79), o que indica uma discordância parcial em relação ao risco de detecção.

A maior média é encontrada na percepção pessoal da efetividade da fiscalização tributária (RD1), com média de 3.25, indicando maior probabilidade de ser auditado pelo Fisco. Em seguida aparece a percepção de que a informatização contribui para melhoria da fiscalização (RD2), com média 3.14.

Por outro lado, três itens apresentam valores abaixo de 3 indicando discordância em relação à chance de ser fiscalizado. A percepção de suficiência de auditores fiscais para a fiscalização e monitoramento dos contribuintes (RD3) apresenta média de 2.42 indicando que o número de auditores é insuficiente, o que acaba diminuindo a probabilidade de ser autuado. Já a percepção de que o fisco monitora os contribuintes continuamente (RD4) apresenta um leve aumento em relação ao item RD3, sendo alcançada a média de 2.7. Contudo, o valor abaixo de 3 indica a discordância dos entrevistados, ou seja, uma leve discordância de que o fisco controla continuamente e profundamente os empreendedores. Por fim, a percepção de eficiência do trabalho dos auditores (RD5), ou seja, da reputação deles perante os contribuintes, possui média de 2.45, apontando ineficiência percebida no trabalho dos auditores fiscais frente aos atos de sonegação.

Como resultado, todos os itens estão bem próximos de 3, variando de 2.42 a 3.25, o que indica que os empreendedores do setor de telecomunicações apresentam uma pequena discordância de que há chances de ser pego pelo Fisco cometendo atos de evasão fiscal.

Tabela 20: Estatística Descritiva - Severidade das punições

Cód.	Item	N	Média	Desv. padrão	Erro padrão
SP1	Não pagar impostos pode afetar minha reputação.	165	3.95	1.34	0.104
SP2	As taxas de penalidades (multas) são muito baixas (ALTAS) e (NÃO) posso me dar ao luxo de pagá-las.	165	(1.78) 4.22	1.1	0.086
SP3	O Fisco impõe punições rigorosas quando os contribuintes não cumprem as leis tributárias.	165	3.63	1.18	0.092
SP4	A penhora de bens do contribuinte como forma de penalidade diminui a sonegação.	165	2.82	1.2	0.094
SP5	As penalidades atuais são suficientes para fazer as pessoas obedecerem às leis tributárias.	165	2.66	1.28	0.099

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Também alinhado à fiscalização tributária, a severidade das punições apresenta a média geral de respostas é de 3.46, ou seja, uma concordância em

relação à existência de punições severas a quem comete atos de evasão fiscal. Contrariando a média, aparecem dois itens abaixo de 3. A percepção de suficiência das atuais penalidades para reprimir a sonegação (SP5) apresenta a menor média (2.66), apontando discordância de que as penalidades são suficientes para coibir a evasão fiscal. Na mesma linha, a percepção de efetividade da penhora de bens como punição tributária (SP4) apresenta uma média de 2.82, indicando que não é punição suficiente para repressão de atos desonestos.

Por outro lado, a percepção do efeito das punições sobre a reputação do contribuinte (SP1) apresenta média de 3.95 indicando concordância de que o não pagamento de impostos pode afetar sua reputação. Aqui, mais do que consequências econômicas, o impacto social deve tomar atenção, já que foi reconhecida pela concordância dos entrevistados. A percepção de geral do rigor das punições (SP3) também teve média bem próxima (3.63), mostrando com isso que as punições são severas, enfocando o papel do Fisco na imposição de tais punições.

Por último, a percepção pessoal de que as punições são severas (SP2) teve seus dados invertidos, tendo registrado média de 4.22, a maior entre todos os itens desse constructo, indicando alta concordância de que há dificuldades financeiras para pagamento de multas, ou seja, as multas são pesadas e, portanto, esse impacto econômico faz com que não estejam dispostos a pagarem punições financeiras.

Conclui-se então, que a severidade das punições tributárias foi reconhecida empreendedores do setor de telecomunicações, sendo que apenas a percepção de severidade das atuais penalidades e da penhora obtiveram média apontando discordância, contudo a média geral de respostas mostra maior concordância em relação à severidade das penalidades tributárias.

Tabela 21: Estatística Descritiva - Carga Tributária

Cód.	Item	N	Média	Desv. padrão	Erro padrão
CT1	Se as alíquotas fossem reduzidas, os empreendedores estariam mais motivados a pagar impostos.	165	4.39	1.02	0.08
CT2	Eu ficaria motivado a pagar impostos se as alíquotas fossem reduzidas.	165	4.41	1.03	0.08
CT3	As atuais alíquotas pagas pelas empresas podem impedir o crescimento econômico do país.	165	4.21	1.23	0.096
CT4	As atuais alíquotas de impostos são altas em comparação com o potencial lucro das empresas.	165	4.51	0.874	0.068
CT5	A carga tributária representa um custo significativo para o meu negócio.	165	4.45	0.94	0.073

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Já a carga tributária apresentou todos os itens com médias acima de 4, sendo a média geral de 4.39, indicando alta concordância dos entrevistados em relação ao peso dos impostos sobre a atividade empresarial. A maior delas foi na percepção do impacto da carga tributária sobre o crescimento da empresa (CT4), em que se obteve a média 4.51, evidenciando a existência de uma carga tributária alta que prejudica o potencial lucro dos empresários.

Em seguida aparece a percepção de que a carga tributária representa um obstáculo às empresas (CT5) com média 4.45, indicando que a carga tributária representa um custo alto para as empresas. Também bem próxima, a percepção geral do peso das altas alíquotas tributárias (CT2) apresentou média 4.41, praticamente igual ao CT1, indicando que o próprio empreendedor se sentiria mais disposto a pagar se houvesse diminuição de alíquotas. Já a percepção pessoal do peso das altas alíquotas tributárias (CT1) não foge à essa alta concordância, apontando média de 4.39. Assim, reconhece-se que as alíquotas são pesadas para o empreendedor e também para os demais contribuintes.

Por fim, a menor média foi encontrada na percepção do peso da carga tributária sobre o desenvolvimento econômico (CT3), que teve média de 4.21, reconhecendo-se que a carga tributária é alta e atrapalha a economia do país.

Diante disso, é possível concluir que os empreendedores do setor de telecomunicações reconhecem uma carga tributária alta. Nenhum dos itens apontou discordância disso.

Tabela 22: Estatística Descritiva - Complexidade do Sistema Tributário

Cód.	Item	N	Média	Desv. padrão	Erro padrão
CS1	As leis tributárias usam uma linguagem altamente técnica.	165	4.07	1.09	0.085
CS2	As leis tributárias são muito extensas.	165	4.34	0.901	0.07
CS3	As leis tributárias são complexas de entender para a maioria do público.	165	4.38	1.01	0.079
CS4	O Fisco presta assistência técnica para tornar mais clara as leis tributárias.	165	2.16	1.1	0.086
CS5	Os empreendedores são obrigados a pagar um consultor para compreender as leis tributárias.	165	4.2	1.11	0.086

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A complexidade do sistema tributário também apresenta uma maior concordância (3.83), apontando a existência de um sistema complexo. A maior média foi encontrada na percepção de dificuldade de compreensão da legislação

tributária (CS1) apresenta média de 4.38, indicando que as leis tributárias são complexas de serem entendidas para a maioria do público (empresários, contadores, consultores, etc.). Com média praticamente igual, também aparece a percepção de dificuldade compreensão em razão de excesso de detalhes e minúcias da legislação (CS2), com média de 4.34, indicando concordância de que as leis são muito extensas.

A percepção da necessidade de contratação de consultorias tributárias a fim de decifrar a legislação tributária (CS5) obteve a média de 4.2, também apontando uma maior dificuldade dos empreendedores em compreender sozinhos as leis tributárias. Por último, a percepção de complexidade técnica da legislação (CS1) registra média de 4.07, indicando também a existência de uma linguagem altamente técnica na formulação das leis tributárias.

Contudo, a percepção de necessidade de suporte técnico por parte do Fisco (CS4) segue em sentido contrário, com média de 2.16, bastante destoante dos demais, indicando que os empreendedores não reconhecem que o Fisco ajuda no esclarecimento e compreensão das regras tributárias. Sem esse item a média do constructo fica acima de, apontando alta concordância de que o sistema tributário é complexo.

Tabela 23: Estatística Descritiva - Educação Fiscal

Cód.	Item	N	Média	Desv. padrão	Erro padrão
EF1	Os fiscais devem realizar campanhas públicas para educar pessoas sobre as leis tributárias	165	4.3	1.06	0.083
EF2	O Fisco nos informa sobre nossos direitos e obrigações por meio de TV, Rádio, jornais e revistas.	165	2.07	1.23	0.096
EF3	O governo toma medidas para educar os contribuintes sobre as leis tributárias no Brasil	165	1.88	0.949	0.074
EF4	As auditorias fiscais realizadas pelo Fisco têm como objetivo educar os contribuintes.	165	1.92	1.08	0.084
EF5	As informações tributárias disponíveis no site do governo são adequadas.	165	2.48	1.07	0.084

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A educação fiscal apresenta mesmo problema anterior, contudo de maneira inversa. Aqui, a média de respostas de 2.53, apontando discordância em relação à existência e importância de campanhas de educação fiscal. Contudo, a percepção do papel dos auditores fiscais na educação fiscal (EF1) apresenta média de 4.3, valor bem acima de 3, apontando concordância dos entrevistados de que os auditores devem realizar essas campanhas educativas.

Por outro lado, a menor média é encontrada na percepção da atuação do Governo na educação fiscal (EF3), onde a média 1.88 indica alta discordância de que o Governo promove ações de educação fiscal. Em seguida aparece a percepção do papel das auditorias fiscais com enfoque na educação fiscal (EF4) também com média bem baixo (1.92), evidenciando que as auditorias fiscais não são suficientes para educar os empreendedores sobre a tributação.

Na mesma linha, a percepção de efetividade do uso de canais tradicionais na educação fiscal (EF2) apresenta média de 2.07, também indicando falhas em relação ao papel do Fisco em informar os empreendedores utilizando meios tradicionais (TV, rádio, jornais e revistas). Por fim, a percepção de efetividade do uso de canais online na educação fiscal (EF5) mostra média de 2.48, mostrando que as informações disponibilizadas em sites do Governo não são suficientes para promover a educação fiscal, contudo obtendo a maior média.

Aqui, pode-se observar que os esforços educativos (educação fiscal) não vêm sendo reconhecida pelos empreendedores, não sendo percebida a efetividade e suficiência dessas ações e campanhas. Contudo, há que se destacar a concordância em relação à atuação dos auditores fiscais nesse constructo.

Tabela 24: Estatística Descritiva - Moral Tributária

Cód.	Item	N	Média	Desv. padrão	Erro padrão
MT1	Pagar impostos é uma forma de ajudar no desenvolvimento do país.	165	4.1	1.12	0.088
MT2	Pagarei impostos mesmo que meus concorrentes não paguem.	165	4.24	1.13	0.088
MT3	Eu pago impostos voluntariamente.	165	3.3	1.54	0.12
MT4	O pagamento de impostos é um indicador de lealdade ao estado	165	3.05	1.44	0.112
MT5	A sonegação é um crime grave.	165	4.24	1.11	0.087
MT6	Vou pagar impostos mesmo que não exista auditoria fiscal.	165	4.3	1.1	0.086
MT7	Mesmo tendo a oportunidade de sonegar, não o farei.	165	4.36	0.956	0.074

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Por último, também se faz necessário a análise das respostas referentes à moral tributária. Todas as médias foram superiores a 3, indicando concordância em relação aos aspectos de moral tributária, sendo a média geral de 3.94.

O maior índice de concordância foi encontrado na percepção de justificção da evasão fiscal (MT7), 4.36, apontando que mesmo que tenha oportunidade de sonegar os empreendedores não estão dispostos a sonegar impostos. Na mesma

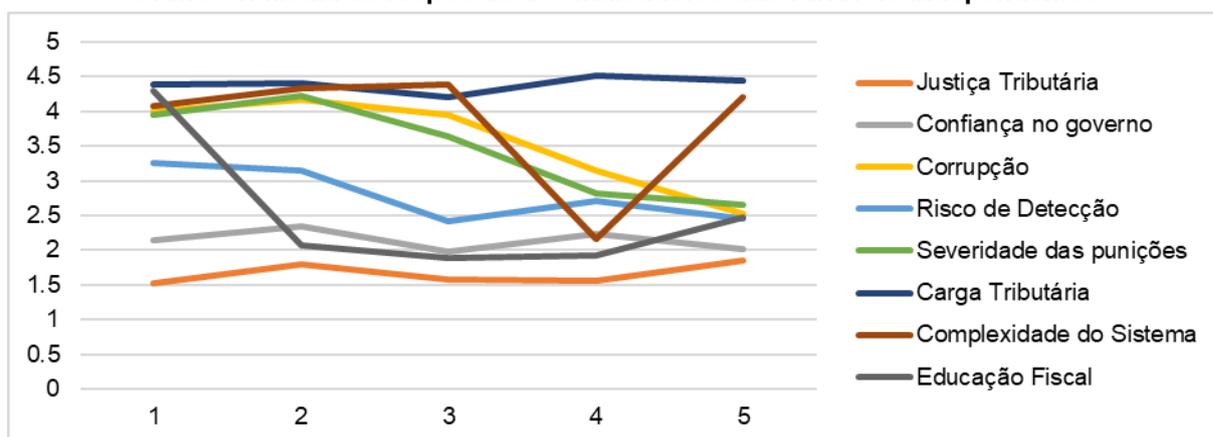
linha, a percepção da tributação como um valor interno não coercitivo (MT6) traz média bem próxima (4.3) indicando que os empreendedores reconhecem que pagar imposto representa um valor, representando uma norma social, independente de esforços coercitivos por parte do Governo.

Já MT5 e MT2 apresentaram mesma média (4.24). Enquanto a percepção pessoal (individual) do reconhecimento da importância da tributação (MT2) indica que os empreendedores pagariam imposto mesmo que seus concorrentes não pagassem, a percepção da gravidade do ato de evasão fiscal (MT5) indica concordância de que não pagar impostos seria um crime grave. Com valor bem próximo também, a percepção da importância da tributação para o desenvolvimento econômico (MT1) apresenta média de 4.1, ou seja, alta concordância que pagar impostos contribui com o desenvolvimento do país.

Com valores médios menores que a média global do constructo, a percepção de voluntariedade da tributação (MT3) registra média de 3.3, apresentando uma leve concordância de que os empreendedores pagam seus impostos por própria vontade. Por último, com a menor média aparece a percepção de que a tributação representa um dever cívico (MT4), com média de 3.05, bem próxima de 3, sendo indicativo de neutralidade das respostas referentes ao reconhecimento de que pagar impostos é um ato cívico de lealdade ao Estado.

Com base nisso, conclui-se que os empreendedores do setor de telecomunicações apresentam índices altos de moral tributária, não havendo nenhuma média abaixo de 3 (apontando discordância em relação à importância da tributação). No gráfico 1, pode-se ver a média das respostas dos indicadores de cada uma das variáveis da pesquisa.

Gráfico 1: Média de respostas dos indicadores das variáveis independentes



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Quanto mais reta a linha, maior a convergência das respostas, tendo em vista que foram suficientes para responder aquele constructo, sendo que itens destoantes podem indicar problemas de interpretação ou redação dos indicadores. É possível observar algumas médias destoantes das demais, sendo potenciais indicativos de problemas na validade de conteúdo, o que será objeto de análise na próxima seção.

4.2 Avaliação do modelo de mensuração

Após realização da análise descritiva, o modelo proposto foi avaliado em 3 etapas: (1) Análise de Componentes Principais no Software JAMOVI (conforme resultados constantes do Apêndice C); (2) Validação do modelo de mensuração; e (3) Avaliação do modelo estrutural (teste de hipóteses) proposto na pesquisa.

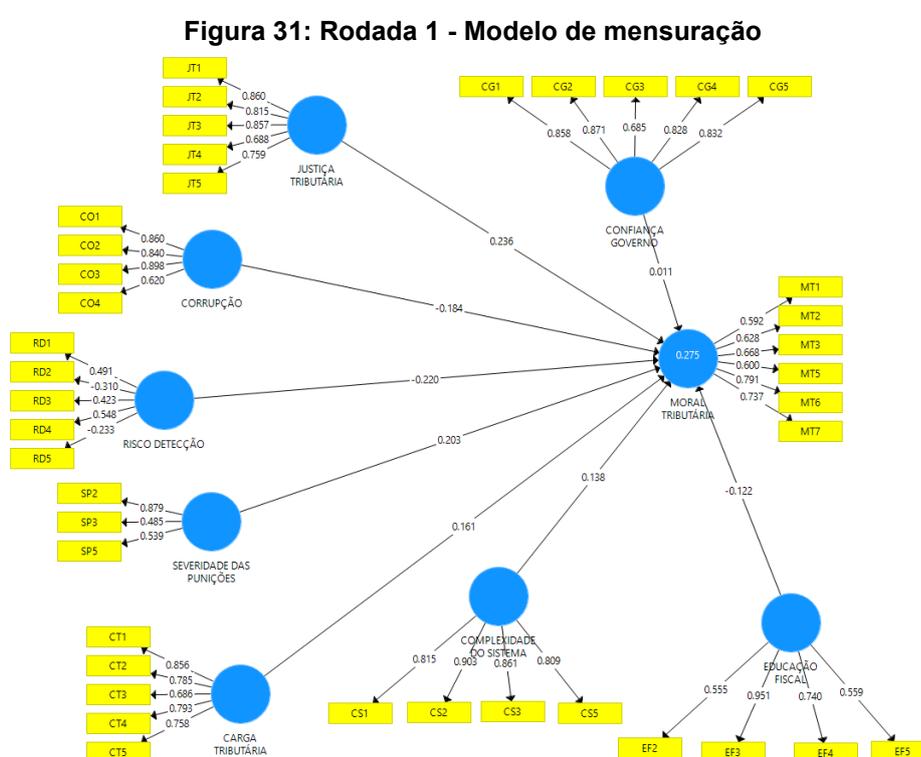
A avaliação do modelo de mensuração (validade convergente, validade discriminante e confiabilidade) foi feita por meio da análise fatorial confirmatória (AFC). Ela é indicada quando o pesquisador conhece os fatores envolvidos no fenômeno investigado, tanto por meio de pesquisas empíricas como em revisões de literatura (PETT, LACKEY & SULLIVAN, 2003). Os construtos apresentados e definidos na seção 3.1.2 foram analisados como indicadores reflexivos (HAIR et al. 2014), onde os constructos (variáveis latentes) dão causa aos indicadores (as direções das linhas vão do constructo para os indicadores).

O modelo de mensuração foi estimado com o esquema de ponderação “*factor*”, onde as relações entre VL são correlações, utilizando o software SMARTPLS em sua versão 3 (RINGLE, SILVA & BIDO, 2014). Na sequência, são apresentados os resultados das rodadas da análise fatorial confirmatória (AFC).

4.2.1 Rodada 1

Para avaliação do modelo de mensuração, é realizado o teste de validade convergente, validade discriminante e confiabilidade (conforme detalhado na seção 3.2.3.4). Para isso, são realizadas 2 rodadas, conforme apresentado a seguir.

Como resultado da Análise de Componentes Principais (ACP), na primeira rodada foram retirados os itens CO5 (percepção de alta corrupção das autoridades tributárias), SP1 (percepção do impacto das penalidades tributárias sobre a reputação), SP4 (percepção da efetividade da penhora como penalidade tributária), CS4 (percepção da necessidade e suficiência do suporte técnico prestado pelo Fisco), EF1 (percepção da importância dos auditores fiscais na promoção da educação fiscal) e MT4 (percepção da tributação como um ato de dever cívico), conforme apresentado no Apêndice C.



Os resultados da primeira rodada podem ser observados na figura 30. Em relação ao CO5, evidências haviam sido obtidas na análise descritiva por seus valores apresentarem comportamento distinto dentro do constructo. CS4 também havia apresentado índice baixo. Da mesma forma EF1 também havia apresentado média destoante. Enquanto MT4 apresentou média bem próxima de 3, também representando potencial prejuízo ao modelo.

4.2.1.1 Validade Convergente

Para confirmar a validade convergente, ou seja, para confirmar a correlação entre os indicadores para explicar o constructo (agrupamento), são apresentadas as matrizes de cargas cruzadas (tabela 25) e de correlações entre as variáveis latentes.

Tabela 25: Matriz de cargas cruzadas – Rodada 1

Indicadores	CARGA TRIBUTÁRIA	COMPLEXIDADE DO SISTEMA	CONFIANÇA GOVERNO	CORRUPÇÃO	EDUCAÇÃO FISCAL	JUSTIÇA TRIBUTÁRIA	RISCO DETECÇÃO	SEVERIDADE DAS PUNIÇÕES	MORAL TRIBUTÁRIA
CT1	0,856	0,558	-0,058	0,008	-0,308	-0,262	-0,031	0,132	0,259
CT2	0,785	0,457	-0,080	0,153	-0,190	-0,227	0,045	0,118	0,193
CT3	0,686	0,509	-0,100	-0,005	-0,218	-0,165	-0,006	0,174	0,173
CT4	0,793	0,577	-0,113	0,130	-0,304	-0,321	0,031	0,195	0,137
CT5	0,758	0,560	-0,141	0,092	-0,206	-0,268	0,096	0,291	0,115
CS1	0,518	0,815	-0,006	0,002	-0,270	-0,139	-0,031	0,095	0,190
CS2	0,652	0,903	-0,096	0,031	-0,367	-0,238	0,102	0,068	0,208
CS3	0,568	0,861	-0,090	0,004	-0,351	-0,177	-0,016	0,069	0,227
CS5	0,546	0,809	-0,189	0,098	-0,350	-0,244	0,044	0,150	0,211
CG1	-0,042	-0,048	0,858	-0,539	0,220	0,370	-0,138	-0,113	0,152
CG2	-0,088	-0,104	0,871	-0,443	0,193	0,463	-0,149	-0,079	0,198
CG3	-0,044	-0,126	0,685	-0,359	0,254	0,372	-0,126	-0,022	0,077
CG4	-0,137	-0,087	0,828	-0,436	0,341	0,469	-0,159	-0,102	0,157
CG5	-0,165	-0,138	0,832	-0,451	0,374	0,595	-0,113	-0,099	0,110
CO1	0,069	0,029	-0,546	0,860	-0,124	-0,333	0,165	0,149	-0,136
CO2	0,123	0,052	-0,393	0,840	-0,132	-0,232	0,119	0,143	-0,138
CO3	0,119	0,101	-0,406	0,898	-0,112	-0,273	0,123	0,062	-0,260
CO4	-0,045	-0,083	-0,458	0,620	-0,118	-0,164	0,091	0,041	-0,174
EF2	-0,193	-0,237	0,119	-0,058	0,555	0,290	-0,116	-0,081	-0,001
EF3	-0,290	-0,361	0,306	-0,174	0,951	0,272	-0,042	-0,027	-0,132
EF4	-0,264	-0,328	0,241	-0,037	0,740	0,245	-0,037	-0,019	-0,060
EF5	-0,161	-0,234	0,475	-0,171	0,559	0,371	-0,076	-0,035	0,000
JT1	-0,295	-0,199	0,465	-0,251	0,267	0,860	-0,154	-0,025	0,200
JT2	-0,242	-0,227	0,369	-0,207	0,188	0,815	-0,038	-0,149	0,145
JT3	-0,288	-0,248	0,501	-0,258	0,263	0,857	-0,110	-0,178	0,082
JT4	-0,268	-0,232	0,445	-0,253	0,299	0,688	-0,041	-0,160	-0,007
JT5	-0,200	-0,121	0,494	-0,312	0,276	0,759	-0,216	-0,186	0,126
RD1	0,083	0,121	-0,005	0,141	0,029	-0,018	0,491	0,130	-0,085
RD2	0,130	0,172	0,109	-0,053	0,006	0,058	-0,310	0,157	0,113
RD3	-0,051	-0,010	0,002	-0,024	0,101	0,022	0,423	0,164	-0,052
RD4	0,075	0,106	0,025	0,009	0,095	0,002	0,548	0,167	-0,144
RD5	-0,038	-0,003	0,251	-0,124	0,304	0,257	-0,233	0,169	0,099
SP2	0,150	0,079	-0,115	0,113	-0,142	-0,248	-0,024	0,879	0,186
SP3	0,329	0,247	0,016	0,064	-0,066	0,032	0,109	0,485	0,049
SP5	0,073	-0,002	-0,049	0,021	0,253	0,127	0,110	0,539	0,090
MT1	0,173	0,130	0,219	-0,178	-0,007	0,165	-0,169	0,052	0,592
MT2	0,111	0,158	0,051	-0,090	-0,094	0,078	-0,169	0,092	0,628
MT3	0,085	0,148	0,172	-0,236	0,010	0,261	-0,215	0,058	0,668
MT5	0,030	0,047	0,134	-0,145	-0,123	0,091	-0,175	0,072	0,600
MT6	0,262	0,230	0,071	-0,173	-0,136	0,058	-0,199	0,223	0,791
MT7	0,243	0,236	0,096	-0,117	-0,151	0,095	-0,151	0,227	0,737

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

É possível observar na Tabela 24 que alguns indicadores apresentaram cargas fatoriais inferiores a 0,7. São eles: CT3, CG3, CO4, EF2, EF5, JT4, RD1, RD2, RD3, RD4 e RD5 (todos os indicadores de risco de detecção), SP3, SP5, MT1, MT2, MT3 e MT5. Cargas fatoriais abaixo de 0,7 podem indicar falta de validade convergente no nível dos indicadores (BIDO e SILVA, 2019). Para correção disso, são realizados ajustes ao modelo na segunda rodada.

Tabela 26: Matriz de correlações entre as variáveis latentes – Rodada 1

Variável Latente	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 CARGA TRIBUTÁRIA	0,778								
2 COMPLEXIDADE DO SISTEMA	0,675	0,848							
3 CONFIANÇA GOVERNO	-0,116	-0,115	0,818						
4 CORRUPÇÃO	0,086	0,040	-0,547	0,812					
5 EDUCAÇÃO FISCAL	-0,319	-0,397	0,322	-0,147	0,720				
6 JUSTIÇA TRIBUTÁRIA	-0,313	-0,236	0,547	-0,308	0,299	0,798			
7 RISCO DETECÇÃO	0,022	0,029	-0,169	0,151	-0,047	-0,160	0,417		
8 SEVERIDADE DAS PUNIÇÕES	0,214	0,112	-0,106	0,111	-0,029	-0,141	0,046	0,658	
9 MORAL TRIBUTÁRIA	0,242	0,248	0,182	-0,236	-0,123	0,186	-0,265	0,192	0,673
Variância Média Extraída (VME)	0,605	0,718	0,668	0,659	0,518	0,637	0,174	0,432	0,454
Confiabilidade Composta	0,884	0,911	0,909	0,884	0,803	0,897	0,170	0,680	0,831
Alfa de Cronbach	0,841	0,869	0,878	0,823	0,766	0,878	0,717	0,441	0,758

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Nota: Os valores na diagonal são a raiz quadrada da variância média extraída. Como os valores fora da diagonal (correlações) são menores do que os valores da diagonal, o modelo apresenta validade discriminante no nível dos construtos (Hair et al. (2017)

Na Tabela 26, observa-se que o valor da Variância Média Extraída (VME) das variáveis latentes (VL) risco de detecção, severidade das punições e moral tributária é inferior a 0,5, não atendendo ao critério de validade convergente no nível dos construtos, que segundo Hair et al. (2017), deve ser superior a 0,5. Aqui também se fazem necessários ajustes ao modelo na segunda rodada.

4.2.1.2 Validade Discriminante

Para validade discriminante, ou seja, para confirmar a adequação do constructo para explicar apenas ele mesmo, também se faz uso das mesmas tabelas apresentadas anteriormente (tabelas 25 e 26).

Na Tabela 25, se observa que não há altas cargas cruzadas, ou seja, cargas fatoriais mais altas em variáveis latentes que não são as variáveis latentes originais. Esses resultados sugerem que o modelo atende aos critérios de validade discriminante no nível dos indicadores propostos por Chin (1998) em que os valores das cargas fatoriais devem ser maiores nos construtos originais do que nos demais.

Segundo critérios definidos por Fornell e Larcker (1981) e Hair et al. (2017), um modelo apresenta validade discriminante no nível dos construtos, quando observamos que na matriz de correlações, os valores na diagonal (raiz quadrada da variância média extraída – VME) são maiores do que as correlações (valores fora da diagonal).

Os valores da diagonal da Tabela 26 são superiores aos demais valores fora da diagonal, mostrando que o modelo atende aos critérios de validade discriminante anteriores.

4.2.1.3 Confiabilidade

A confiabilidade é testada a partir da utilização do Alfa de Cronbach e da Confiabilidade Composta, conforme apresentado na tabela 25. Segundo Hair et al. (2017), a confiabilidade das variáveis latentes pode ser considerada adequada, quando os valores do Alfa de Cronbach e da confiabilidade composta são superiores a 0,7. Conforme Tabela 26, os valores de confiabilidade composta de risco de detecção e severidade das punições estão abaixo de 0,7.

Ademais, o valor do alfa de Cronbach de severidade das punições é 0,441, não atendendo aos critérios de confiabilidade. Ressalta-se que, severidade das punições tem apenas três indicadores (SP2, SP3 e SP4) e o valor do Alfa de Cronbach é sensível ao número de indicadores de um construto.

Com base nos resultados obtidos na rodada 1, verificou-se que o modelo não atendeu aos critérios de validade convergente e confiabilidade. A partir desses resultados, foram seguidas as recomendações de Bido e Silva (2019). Esses autores recomendam que sempre que possível, deve-se manter o máximo de indicadores no modelo visando não prejudicar a validade de conteúdo.

Assim sendo, foram excluídos os indicadores com as cargas fatoriais mais baixas RD2 e RD5 (ambas negativas) e procedeu-se a uma segunda rodada, cujos resultados são apresentados na próxima seção.

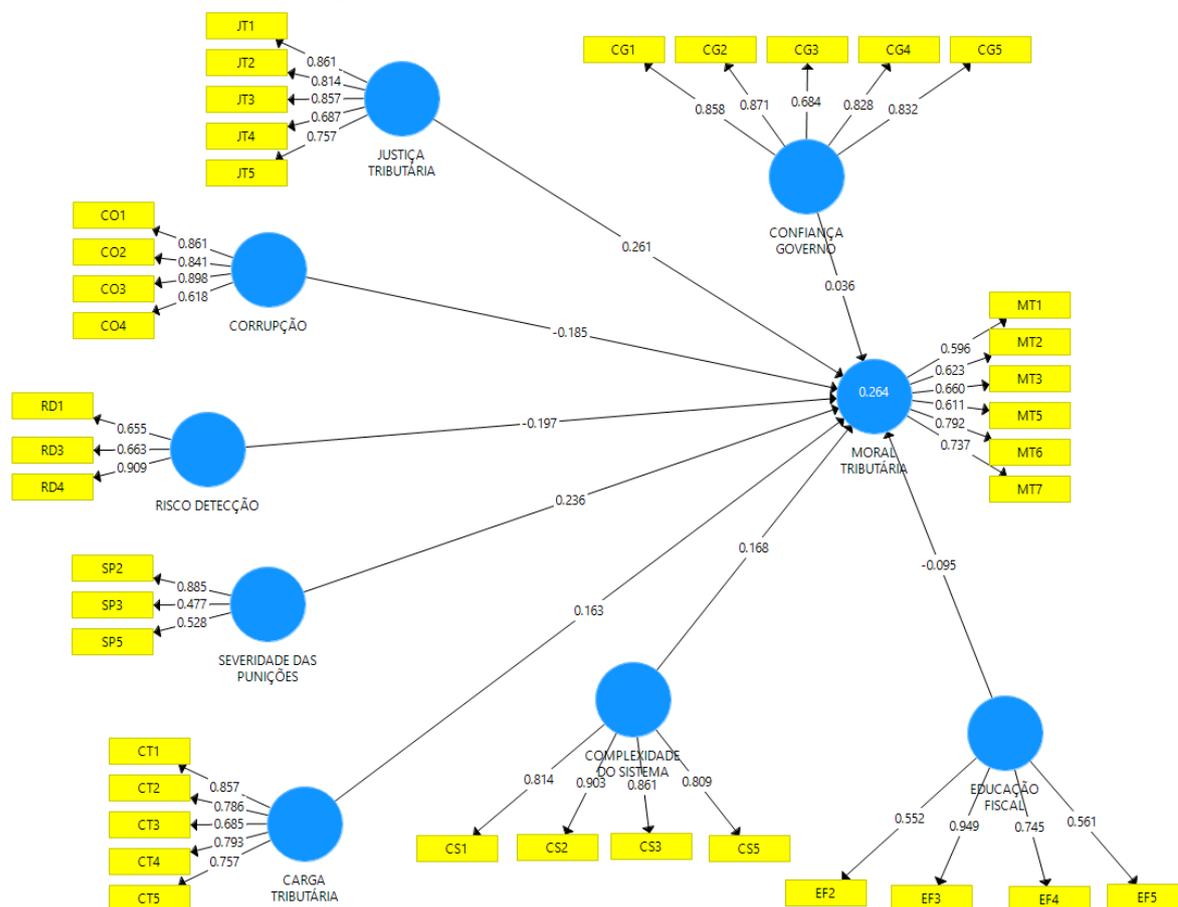
4.2.2 Rodada 2

Nesta segunda rodada, foram feitas as mesmas análises da rodada 1 em termos de validade convergente (cargas fatoriais e variância média extraída – VME), validade discriminante (cargas cruzadas e Critério de Fornell e Larcker) e confiabilidade (Alfa de Cronbach e confiabilidade composta).

Aqui, foram então retirados os mesmos indicadores retirados na rodada 1 (CO5, SP1, SP4, CS4, EF1 e MT4) assim como os indicadores com carga mais

baixa nos resultados encontrados na rodada 1 (RD2 e RD5). Os resultados dessa segunda rodada podem ser observados na figura 31.

Figura 32: Rodada 2 - Modelo de mensuração



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

4.2.2.1 Validade Convergente

Para confirmar a validade convergente, ou seja, para confirmar a correlação entre os indicadores para explicar o constructo (agrupamento), são apresentadas as matrizes de cargas cruzadas (tabela 27) e de correlações entre as variáveis latentes (tabela 28).

Tabela 27: Matriz de cargas cruzadas – Rodada 2

Indicadores	CARGA TRIBUTÁRIA	COMPLEXIDADE DO SISTEMA	CONFIANÇA GOVERNO	CORRUPÇÃO	EDUCAÇÃO FISCAL	JUSTIÇA TRIBUTÁRIA	RISCO DETECÇÃO	SEVERIDADE DAS PUNIÇÕES	MORAL TRIBUTÁRIA
CT1	0,857	0,558	-0,058	0,008	-0,308	-0,262	0,008	0,131	0,259
CT2	0,786	0,457	-0,080	0,154	-0,190	-0,227	0,063	0,117	0,194
CT3	0,685	0,509	-0,100	-0,005	-0,218	-0,165	0,020	0,172	0,171
CT4	0,793	0,577	-0,114	0,130	-0,304	-0,322	0,056	0,194	0,137
CT5	0,757	0,560	-0,141	0,092	-0,206	-0,268	0,189	0,289	0,114
CS1	0,517	0,814	-0,006	0,002	-0,271	-0,139	0,071	0,094	0,188
CS2	0,652	0,903	-0,096	0,031	-0,367	-0,238	0,134	0,067	0,207
CS3	0,568	0,861	-0,090	0,005	-0,352	-0,177	0,051	0,068	0,226
CS5	0,546	0,809	-0,189	0,098	-0,350	-0,244	0,130	0,150	0,210
CG1	-0,042	-0,048	0,858	-0,539	0,220	0,370	-0,035	-0,112	0,153
CG2	-0,088	-0,104	0,871	-0,443	0,194	0,463	-0,020	-0,080	0,200
CG3	-0,044	-0,126	0,684	-0,359	0,254	0,371	0,014	-0,024	0,076
CG4	-0,137	-0,087	0,828	-0,436	0,341	0,469	0,035	-0,103	0,157
CG5	-0,165	-0,138	0,832	-0,451	0,374	0,594	0,104	-0,101	0,109
CO1	0,069	0,029	-0,546	0,861	-0,124	-0,333	0,054	0,150	-0,137
CO2	0,123	0,052	-0,393	0,841	-0,131	-0,232	0,113	0,143	-0,138
CO3	0,119	0,101	-0,406	0,898	-0,112	-0,273	0,053	0,062	-0,259
CO4	-0,045	-0,083	-0,458	0,618	-0,117	-0,163	-0,033	0,043	-0,172
EF2	-0,192	-0,237	0,119	-0,058	0,552	0,290	0,021	-0,085	-0,001
EF3	-0,290	-0,361	0,305	-0,174	0,949	0,272	0,072	-0,030	-0,132
EF4	-0,264	-0,329	0,241	-0,037	0,745	0,245	0,118	-0,022	-0,063
EF5	-0,161	-0,234	0,475	-0,172	0,561	0,371	0,115	-0,038	0,000
JT1	-0,295	-0,199	0,465	-0,252	0,267	0,861	0,011	-0,027	0,200
JT2	-0,241	-0,227	0,369	-0,207	0,189	0,814	0,003	-0,152	0,143
JT3	-0,288	-0,247	0,500	-0,258	0,262	0,857	0,013	-0,181	0,082
JT4	-0,268	-0,232	0,444	-0,253	0,299	0,687	0,064	-0,163	-0,008
JT5	-0,200	-0,121	0,494	-0,312	0,275	0,757	-0,027	-0,190	0,124
RD1	0,083	0,121	-0,005	0,141	0,030	-0,018	0,655	0,127	-0,087
RD3	-0,051	-0,010	0,002	-0,024	0,101	0,023	0,663	0,161	-0,054
RD4	0,075	0,106	0,025	0,009	0,096	0,002	0,909	0,162	-0,145
SP2	0,150	0,079	-0,115	0,113	-0,142	-0,247	0,021	0,885	0,188
SP3	0,329	0,246	0,016	0,064	-0,066	0,032	0,303	0,477	0,047
SP5	0,073	-0,002	-0,050	0,021	0,253	0,127	0,310	0,528	0,088
MT1	0,174	0,130	0,220	-0,178	-0,008	0,165	-0,114	0,052	0,596
MT2	0,111	0,158	0,051	-0,090	-0,095	0,078	-0,091	0,093	0,623
MT3	0,084	0,148	0,172	-0,236	0,011	0,261	-0,090	0,057	0,660
MT5	0,031	0,047	0,134	-0,146	-0,124	0,092	-0,232	0,075	0,611
MT6	0,262	0,230	0,071	-0,173	-0,135	0,059	-0,090	0,224	0,792
MT7	0,243	0,236	0,096	-0,117	-0,149	0,095	-0,005	0,229	0,737

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

É possível observar na Tabela 27 que alguns indicadores apresentaram cargas fatoriais inferiores a 0,7 (CT3, CG3, CO4, EF2, EF5, JT4, RD1, RD3, SP3, SP5, MT1, MT2, MT3 e MT5), o que indica falta de validade convergente no nível dos indicadores (BIDO e SILVA, 2019).

Tabela 28: Matriz de correlações entre as variáveis latentes – Rodada 2

Variável Latente	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 CARGA TRIBUTÁRIA	0,777								
2 COMPLEXIDADE DO SISTEMA	0,675	0,848							
3 CONFIANÇA GOVERNO	-0,115	-0,115	0,817						
4 CORRUPÇÃO	0,086	0,040	-0,547	0,812					
5 EDUCAÇÃO FISCAL	-0,319	-0,397	0,322	-0,147	0,720				
6 JUSTIÇA TRIBUTÁRIA	-0,313	-0,236	0,546	-0,308	0,299	0,798			
7 RISCO DETECÇÃO	0,068	0,113	0,015	0,054	0,098	-0,001	0,752		
8 SEVERIDADE DAS PUNIÇÕES	0,212	0,111	-0,107	0,111	-0,031	-0,144	0,193	0,656	
9 MORAL TRIBUTÁRIA	0,242	0,246	0,183	-0,235	-0,124	0,185	-0,140	0,192	0,674
Variância Média Extraída (VME)	0,604	0,718	0,668	0,659	0,519	0,637	0,565	0,430	0,454
Confiabilidade Composta	0,884	0,911	0,909	0,884	0,804	0,897	0,792	0,677	0,831
Alfa de Cronbach	0,841	0,869	0,878	0,823	0,766	0,878	0,627	0,441	0,758

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Nota: Os valores na diagonal são a raiz quadrada da variância média extraída. Os valores fora da diagonal (correlações) são menores do que os valores da diagonal, logo há validade discriminante no nível dos construtos (Hair et al. 2017).

Na Tabela 28, observa-se que os valores da Variância Média Extraída (VME) das variáveis latentes são superiores a 0,5, exceto para os construtos severidade das punições e moral tributária. Para as VL carga tributária, confiança no governo, corrupção, educação fiscal e justiça tributária, há poucas cargas fatoriais inferiores a 0,7 e os valores da Variância Média extraída (VME) são superiores a 0,5, logo seguiram-se as recomendações de Bido e Silva (2019) e foram mantidos todos os indicadores do modelo.

Para severidade das punições, não foi excluído nenhum indicador, uma vez que a VL já tem apenas três indicadores e ficaria prejudicada em sua validade de conteúdo, caso mais algum indicador fosse excluído. No caso de moral tributária, como o valor da VME está próximo de 0,5, optou-se por não excluir nenhum indicador seguindo-se as orientações de Little et al. (1999).

Assim sendo, o modelo atende ao critério de validade convergente no nível dos construtos de Hair et al. (2017), apontando que os indicadores são suficientes para explicar os constructos, podendo haver ajustes que podem ser realizados na avaliação do modelo estrutural.

4.2.2.2 Validade Discriminante

Para validade discriminante, ou seja, para confirmar a adequação e poder explicativo do constructo, também se faz uso das mesmas tabelas apresentadas anteriormente (tabelas 27 e 28).

Na Tabela 27, observa-se que não há altas cargas cruzadas, ou seja, as cargas fatoriais estão mais altas nas variáveis latentes originais. Esses resultados sugerem que o modelo atende aos critérios de validade discriminante no nível dos indicadores propostos por Chin (1998).

Segundo critérios definidos por Fornell e Larcker (1981) e Hair et al. (2017), um modelo apresenta validade discriminante no nível dos construtos, quando os valores na diagonal na matriz de correlações (raiz quadrada da variância média extraída - VME) são maiores do que as correlações (valores fora da diagonal). Os valores da diagonal da Tabela 27 são superiores aos valores fora da diagonal. Portanto, o modelo apresenta validade discriminante, ou seja, cada constructo se

difere dos demais, não se sobrepondo indicadores que se correlacionem e expliquem melhor outros constructos.

4.2.2.3 Confiabilidade

Segundo Hair et al. (2017), a confiabilidade das variáveis latentes pode ser considerada adequada, quando os valores do Alfa de Cronbach e da confiabilidade composta são superiores a 0,7. Conforme Tabela 28 os valores de confiabilidade composta estão acima de 0,79, exceto para o construto severidade das punições, que possui apenas três indicadores e para o qual optou-se por não excluir mais nenhum indicador com o objetivo de não prejudicar a sua validade de conteúdo (BIDO e SILVA, 2019).

Com base nos resultados obtidos na rodada 2, verificou-se que o modelo atendeu aos critérios de validade convergente, validade discriminante e confiabilidade. Na próxima seção, segue-se com a apresentação dos resultados da avaliação do modelo estrutural.

4.3 Avaliação do Modelo Estrutural

Após a avaliação do modelo de mensuração, o modelo estrutural ou teste de hipóteses (incluindo as variáveis de controle) foi realizado. O modelo foi estimado pelos mínimos quadrados parciais (PLS – *Partial Least Squares*). Esse método possibilita o teste de relações entre variáveis latentes (constructos) em que é possível o teste de modelos complexos (diversos constructos), sendo o tamanho da amostra necessário para utilização do PLS menor do que aquele baseado em covariâncias (HAIR et al. 2017). Dessa forma, utilizando os dados validados na etapa anterior (Avaliação do modelo de mensuração), são testadas as influências de cada constructo em relação à moral tributária, permitindo o teste das hipóteses de pesquisa. Diante disso, o modelo estrutural foi estimado em quatro etapas:

1. Modelo estrutural com apenas variáveis de controle;
2. Modelo estrutural com as variáveis de controle estatisticamente significantes;
3. Modelo estrutural com as variáveis preditoras previstas no modelo proposto; e
4. Modelo estrutural final (com variáveis de interesse e com as variáveis de controle estatisticamente significantes).

Os resultados são apresentados na sequência.

4.3.1 Modelo estrutural com apenas variáveis de controle

As variáveis de controle foram selecionadas conforme apresentado na seção 3.1.2.2. A Tabela 29 apresenta os resultados do modelo com as variáveis de controle referente aos dados do empreendedor (nível de indivíduo).

Tabela 29: Modelo com apenas variáveis de controle (empreendedor)

Variáveis de Controle	Coefficiente Estrutural	Desvio-padrão	valor-t	valor-p	f ²	R ²	R ² ajustado
ESCOLARIDADE -> MORAL TRIBUTÁRIA	-0,033	0,085	0,391	0,696	0,001		
ESTADO CIVIL -> MORAL TRIBUTÁRIA	0,003	0,117	0,024	0,981	0,000		
IDADE -> MORAL TRIBUTÁRIA	0,239	0,086	2,768	0,006	0,052	8,50%	5,60%
RENDA FAMILIAR -> MORAL TRIBUTÁRIA	0,090	0,098	0,921	0,357	0,008		
SEXO -> MORAL TRIBUTÁRIA	0,075	0,112	0,669	0,504	0,006		

Nota 1: Valores-t e valores-p estimados por *Bootstrap* com 5.000 reamostragens.

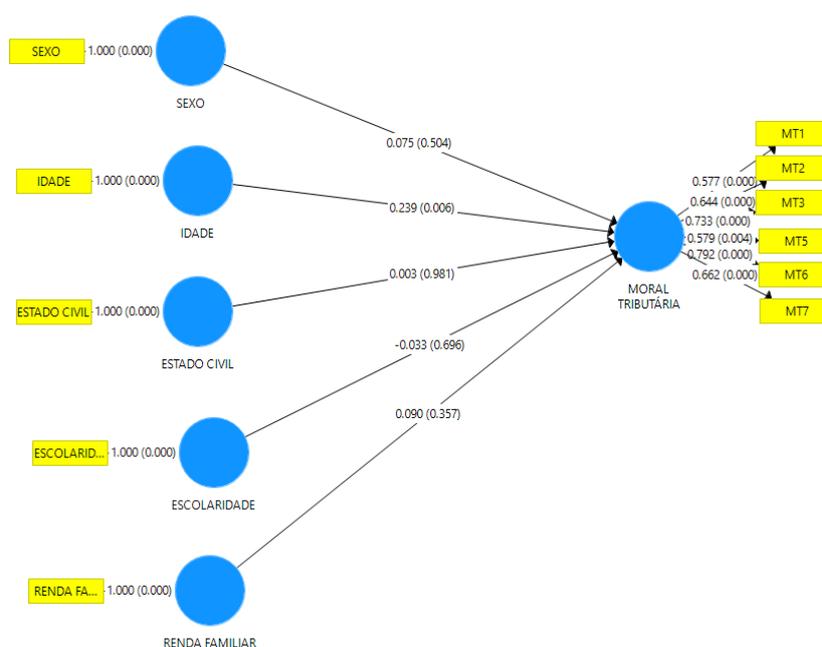
Nota 2: As linhas em negrito e destacadas em cinza são os coeficientes significantes a 5%.

Nota 3: Valores de referência para o tamanho do efeito (f²): 0,02 = pequeno; 0,15 = médio; e 0,35 = grande (COHEN, 1988; HAIR. et al. 2017).

Nota 4: Os valores do VIF estão abaixo de 1,21. Logo, não há problemas de multicolinearidade.

Observa-se na Tabela 29 que somente idade tem uma relação estatisticamente significativa com moral tributária, porém seu efeito é pequeno (COHEN, 1988; HAIR et al. 2017), pois o valor de f² é 0,052.

Figura 33: Variáveis de controle (empreendedores)



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A Tabela 30 apresenta as correlações entre todas as variáveis de controle no nível do indivíduo previstas no modelo com a variável dependente moral tributária.

Tabela 30: Matriz de correlações - variáveis de controle (empreendedor)

VARIÁVEIS	1	2	3	4	5	6
1 ESCOLARIDADE	1,000					
2 ESTADO CIVIL	-0,004	1,000				
3 IDADE	0,183***	0,304*	1,000			
4 RENDA FAMILIAR	0,102	0,115	0,182***	1,000		
5 SEXO	-0,039	0,036	0,180**	0,078	1,000	
6 MORAL TRIBUTÁRIA	0,017	0,089	0,264**	0,137	0,126	0,669

Nota:

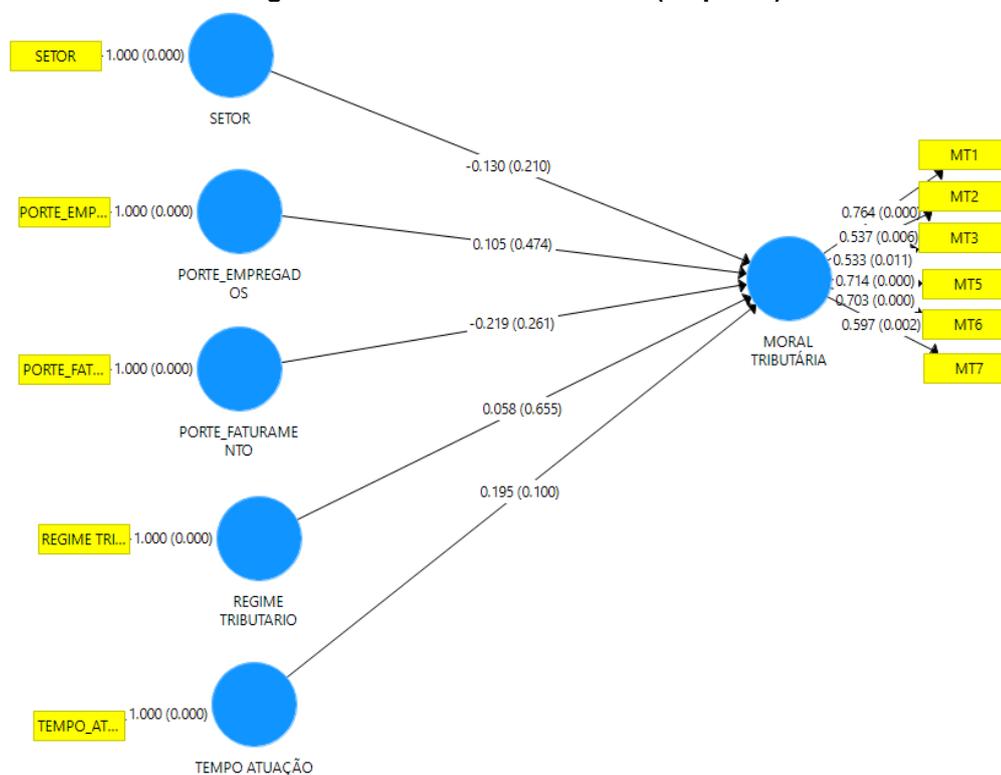
* Correlações estatisticamente significantes ($p < 0,001$).

** Correlações estatisticamente significantes ($p < 0,01$).

*** Correlações estatisticamente significantes ($p < 0,05$).

Conforme Tabela 30, somente a correlação entre idade e moral tributária é estatisticamente significativa ($p < 0,01$). A partir disso, apenas a variável idade encontra-se em condições de ser incluída no modelo final.

Figura 34: Variáveis de controle (empresa)



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A Tabela 31 apresenta os resultados do modelo com as variáveis de controle no nível da empresa dos respondentes.

Tabela 31: Modelo com apenas variáveis de controle (empresa)

Variáveis de Controle	Coefficiente Estrutural	Desvio-padrão	valor-t	valor-p	f ²	R ²	R ² ajustado
PORTE_EMPREGADOS -> MORAL TRIBUTÁRIA	0,105	0,147	0,716	0,474	0,005		
PORTE_FATURAMENTO -> MORAL TRIBUTÁRIA	-0,219	0,195	1,124	0,261	0,018		
REGIME TRIBUTARIO -> MORAL TRIBUTÁRIA	0,058	0,131	0,447	0,655	0,002	7,10%	4,20%
SETOR -> MORAL TRIBUTÁRIA	-0,130	0,104	1,255	0,210	0,017		
TEMPO ATUAÇÃO -> MORAL TRIBUTÁRIA	0,195	0,119	1,646	0,100	0,032		

Nota 1: Valores-t e valores-p estimados por Bootstrap com 5.000 reamostragens.

Nota 2: Valores de referência para o tamanho do efeito (f²): 0,02 = pequeno; 0,15 = médio; e 0,35 = grande (COHEN, 1988; HAIR et al. 2017).

Observa-se na Tabela 31 que nenhuma das variáveis de controle no nível da empresa do respondente tem uma relação estatisticamente significativa com moral tributária. A Tabela 32 apresenta as correlações entre todas as variáveis de controle no nível da empresa com a variável dependente moral tributária.

Tabela 32: Matriz de correlações - variáveis de controle (empresa)

VARIÁVEIS	1	2	3	4	5	6
1 PORTE_EMPREGADOS	1,000					
2 PORTE_FATURAMENTO	0,736*	1,000				
3 REGIME TRIBUTARIO	-0,446*	-0,580*	1,000			
4 SETOR	0,043	0,007	0,115	1,000		
5 TEMPO ATUAÇÃO	0,235**	0,382*	-0,335*	-0,226**	1,000	
6 MORAL TRIBUTÁRIA	-0,042	-0,102	0,058	-0,164	0,146	0,648

Nota:

* Correlações estatisticamente significantes (p <0,001).

** Correlações estatisticamente significantes (p <0,01)

*** Correlações estatisticamente significantes (p <0,05).

Conforme Tabela 32, nenhuma das variáveis de controle no nível da empresa do respondente apresentou correlação estatisticamente significativa com moral tributária.

Não haviam sido encontradas evidências de influência durante a análise descritiva, sendo então confirmado que nenhuma variável de controle em nível de empresa contribui para a moral tributária. Ademais, foi possível observar que os 2 indicadores referentes a porte (faturamento e nº de empregados) confirmaram estar correlacionadas.

4.3.2 Modelo estrutural com as variáveis de controle significantes

A Tabela 33 apresenta os resultados do modelo estrutural apenas com a variável de controle significativa identificada na etapa anterior, ou seja, incluindo apenas a idade.

Tabela 33: Modelo estrutural apenas com a variável de controle significativa

Variáveis de Controle	Coefficiente Estrutural	Desvio-padrão	valor-t	valor-p	f ²	R ²	R ² ajustado
IDADE -> MORAL TRIBUTÁRIA	0,271	0,056	4,857	0,000	0,079	7,30%	6,80%

Nota 1: Valores-t e valores-p estimados por Bootstrap com 5.000 reamostragens.

Nota 2: As linhas em negrito e destacadas em cinza são os coeficientes significantes a 1%.

Nota 3: Valores de referência para o tamanho do efeito (f²): 0,02 = pequeno; 0,15 = médio; e 0,35 = grande (COHEN, 1988; HAIR et al. 2017).

A partir dos resultados da Tabela 33, observa-se que idade, apesar de estatisticamente significativa, tem um efeito pequeno sobre a moral tributária (f² = 0,079) (COHEN, 1988; HAIR et al. 2017). Conquanto isso, dada sua significância a variável idade será incluída no modelo final com as variáveis preditoras previstas no modelo proposto na presente pesquisa.

4.3.3 Modelo estrutural com as variáveis preditoras previstas no modelo proposto

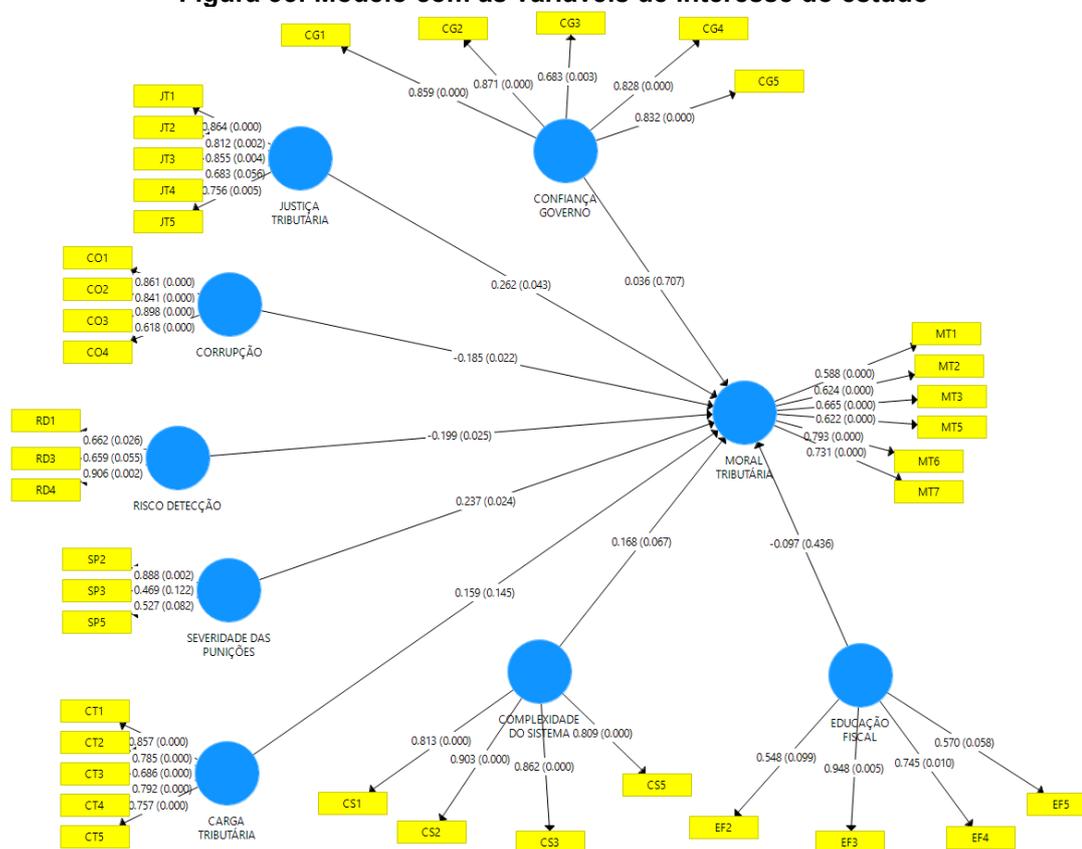
A etapa 3 considera apenas as hipóteses propostas na pesquisa (sem levar em conta as variáveis de controle):

- H1) A percepção de Confiança no Governo exerce influência **positiva** na moral tributária dos empreendedores.
- H2) A percepção dos empreendedores de que o sistema tributário é justo exerce influência **positiva** na moral tributária.
- H3) A percepção de Corrupção Governamental exerce influência **negativa** na moral tributária dos empreendedores.
- H4) A percepção dos empreendedores de que o risco de detecção é alto exerce influência **positiva** na moral tributária.
- H5) A percepção dos empreendedores de que as punições tributárias são severas exerce influência **positiva** na moral tributária.

- H6) A percepção dos empreendedores de que o sistema tributário é complexo exerce influência **negativa** na moral tributária.
- H7) A percepção dos empreendedores de que a carga tributária é alta exerce influência **negativa** na moral tributária.
- H8) A percepção dos empreendedores da disseminação da educação fiscal exerce influência **positiva** na moral tributária.

Com base nisso, a figura 34 resume o modelo no qual foram consideradas apenas as variáveis predictoras do modelo proposto no estudo.

Figura 35: Modelo com as variáveis de interesse do estudo



A Tabela 34 apresenta os resultados do teste das hipóteses propostas.

Tabela 34: Modelo com as variáveis de interesse do estudo

Relação Estrutural	Hipótese	Coefficiente Estrutural	Desvio-padrão	valor-t	valor-p	f ²	R ²	R ² ajustado
CARGA TRIBUTÁRIA -> MORAL TRIBUTÁRIA	H7(-)	0,159	0,109	1,457	0,145	0,017		
COMPLEXIDADE DO SISTEMA -> MORAL TRIBUTÁRIA	H6(-)	0,168	0,092	1,830	0,067	0,019		
CONFIANÇA GOVERNO -> MORAL TRIBUTÁRIA	H1(+)	0,036	0,096	0,376	0,707	0,001		
CORRUPÇÃO -> MORAL TRIBUTÁRIA	H3(-)	-0,185	0,081	2,299	0,022	0,032	26,40%	22,60%
EDUCAÇÃO FISCAL -> MORAL TRIBUTÁRIA	H8(+)	-0,097	0,125	0,779	0,436	0,009		
JUSTIÇA TRIBUTÁRIA -> MORAL TRIBUTÁRIA	H2(+)	0,262	0,129	2,028	0,043	0,059		
RISCO DE DETECÇÃO -> MORAL TRIBUTÁRIA	H4(+)	-0,199	0,089	2,235	0,025	0,050		
SEVERIDADE DAS PUNIÇÕES -> MORAL TRIBUTÁRIA	H5(+)	0,237	0,105	2,262	0,024	0,069		

Nota 1: Valores-t e valores-p estimados por Bootstrap com 5.000 reamostragens.

Nota 2: As linhas destacadas em negrito e cinza são os coeficientes significantes a 5%.

Nota 3: Valores de referência para o tamanho do efeito (f²): 0,02 = pequeno; 0,15 = médio; e 0,35 = grande (COHEN, 1988; HAIR et al. 2017).

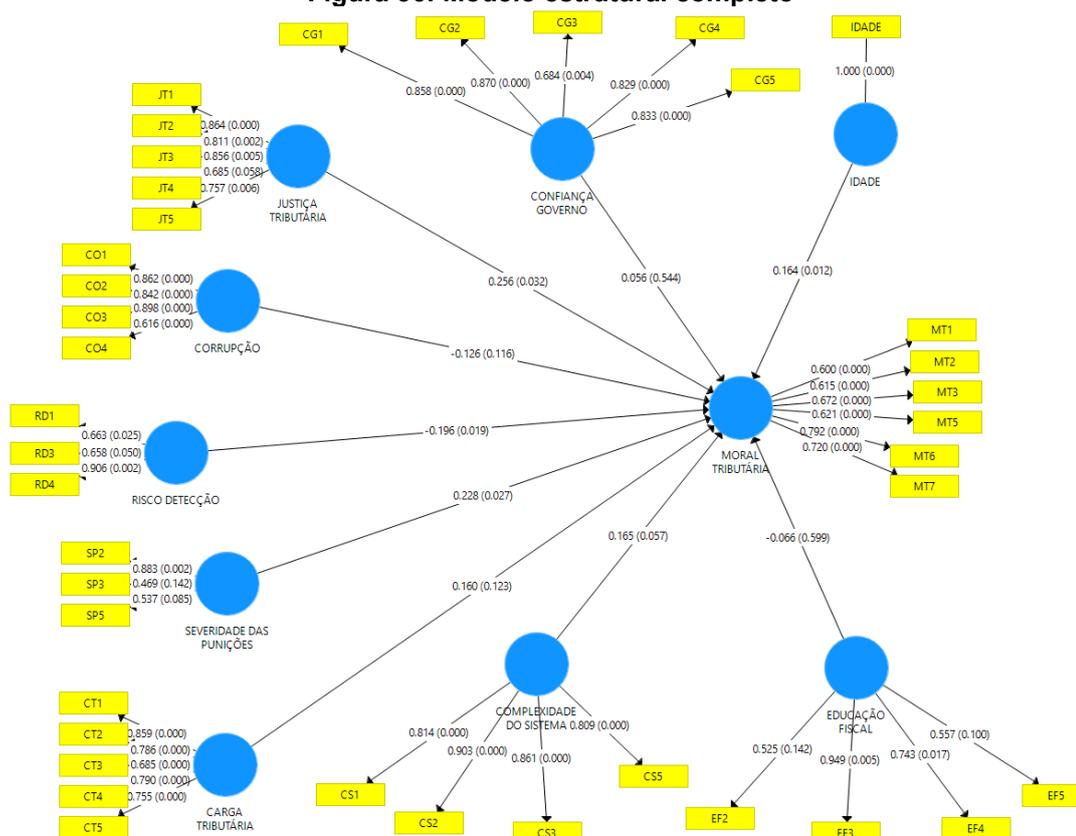
Nota 4: Os valores do VIF estão abaixo de 2,02. Logo, não há problemas de multicolinearidade.

Os resultados da Tabela 34 mostram que quatro variáveis preditoras do modelo são estatisticamente significantes: corrupção, justiça tributária, risco de detecção e severidade das punições. Todas apresentaram um efeito pequeno sobre moral tributária (COHEN, 1988; HAIR et al. 2017). Contudo, o valor de R2 encontra-se acima de 20%, o que não representa problema em se tratando de estudos comportamentais e de ciências sociais, considerando-se, portanto, um efeito médio (COHEN, 1988). Ainda, verifica-se que, embora a hipótese proposta previa influência positiva do risco de detecção, os resultados apontam coeficiente estrutural com beta negativo. Assim, sua influência é significativa, porém sua relação com a moral tributária é negativa, isso será melhor explorado na discussão de resultados.

4.3.4 Modelo final (com variáveis de interesse e de controle significantes)

Com base em todos os ajustes anteriores, o modelo final considerou as variáveis de interesse do estudo, mas também acrescenta a variável de controle estatisticamente significativa idade, para buscar suas relações diretas com moral tributária, conforme figura 35.

Figura 36: Modelo estrutural completo



Os resultados da Tabela 35 mostram que justiça tributária, risco de detecção, severidade das punições e idade são variáveis estatisticamente significantes e que explicam 24,70% da variação na moral tributária na amostra pesquisada.

Tabela 35: Modelo estrutural final

Relações estruturais	Hipóteses	Coefficiente Estrutural	Desvio-padrão	valor-t	valor-p	f ²	R ²	R ² ajustado
CARGA TRIBUTÁRIA -> MORAL TRIBUTÁRIA	H7 (-)	0,160	0,104	1,542	0,123	0,018		
COMPLEXIDADE DO SISTEMA -> MORAL TRIBU	H6 (-)	0,165	0,087	1,901	0,057	0,019		
CONFIANÇA GOVERNO -> MORAL TRIBUTÁRIA	H1(+)	0,056	0,093	0,607	0,544	0,002		
CORRUPÇÃO -> MORAL TRIBUTÁRIA	H3(-)	-0,126	0,080	1,573	0,116	0,014		
EDUCAÇÃO FISCAL -> MORAL TRIBUTÁRIA	H8 (+)	-0,066	0,125	0,526	0,599	0,004	28,90%	24,70%
IDADE -> MORAL TRIBUTÁRIA	Controle	0,164	0,065	2,524	0,012	0,033		
JUSTIÇA TRIBUTÁRIA -> MORAL TRIBUTÁRIA	H2 (+)	0,256	0,119	2,148	0,032	0,058		
RISCO DETECÇÃO -> MORAL TRIBUTÁRIA	H4(+)	-0,196	0,083	2,352	0,019	0,05		
SEVERIDADE DAS PUNIÇÕES -> MORAL TRIBU	H5(+)	0,228	0,103	2,212	0,027	0,066		

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Nota 1: Valores-t e valores-p foram estimados por bootstrap com 5.000 reamostragens.

Nota 2: As linhas em negrito e destacadas em cinza são os coeficientes significantes.

Nota 3: Valores de referência para o tamanho do efeito (f²): 0,02 = pequeno; 0,15 = médio; e 0,35 = grande (COHEN, 1988; HAIR et al. 2017).

Nota 4: Os valores do VIF estão abaixo de 2,02. Logo, não há problemas de multicolinearidade

Ademais, analisando o tamanho do efeito de cada uma delas, segundo os parâmetros de Cohen (1988), verifica-se que todas têm um efeito pequeno (os valores de f^2 são inferiores a 0,067). Contudo, o valor do R² ajustado é maior do que 20%, considerado efeito adequado para estudos que analisam comportamentos e atitudes.

Da mesma forma que o modelo anterior, a VL risco de detecção também apresenta coeficiente estrutural com beta negativo, diferentemente da hipótese proposta. Também se observa que, com a inclusão da idade no modelo, a VL corrupção deixa de ser estatisticamente significativa.

4.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O objetivo da análise foi identificar falhas institucionais que podem levar ao surgimento de uma moral tributária mais baixa entre os empreendedores. Em resumo, foram confirmadas pressões institucionais que influenciam a moral tributária de empreendedores: a justiça tributária, a severidade das punições e o risco de detecção. Além disso, ao incluir o dado sociodemográfico que se mostrou estatisticamente significativo, também foi confirmada a influência da idade dos empreendedores sobre essa moral tributária. Com base nisso, a seguir, são discutidos os resultados obtidos em relação a cada uma das variáveis da pesquisa.

4.4.1 Confiança no Governo

Em relação à Confiança no Governo, foi possível confirmar que os empreendedores possuem uma baixa Confiança no Governo, reconhecida pela percepção de má utilização da receita tributária e baixa qualidade dos serviços públicos ofertados, pela baixa transparência nas ações governamentais, bem como pela fraca interação do Governo com os empreendedores. O setor de telecomunicações assume então uma posição de reprovação da atuação do Governo. Essa reprovação poderia ter influência sobre as ações desses empreendedores, legitimando a evasão fiscal, ou seja, gerando um comportamento empreendedor destrutivo (SHEPHERD, 2019). Contudo, as evidências encontradas no Setor de Telecomunicações não confirmam essa relação, não se confirmando a hipótese H1.

Embora tenha apresentado um coeficiente estrutural positivo (0.056), não foi encontrada significância estatística de sua influência sobre a moral tributária dos empreendedores. Tal resultado indica que um ambiente em que os empreendedores confiem no Governo (legitimidade estatal) não implica necessariamente em maior legitimidade ao pagamento de impostos, assim como também a reprovação da atuação do Governo não implica em legitimidade da evasão fiscal. Nesse sentido, a falta de legitimidade social torna mais provável a adoção de estratégias de evasão fiscal pelos empresários (MICKIEWICZ et al. 2019).

Os resultados aqui encontrados corroboram os achados de Radulović (2019), que também investigou a MT de empreendedores e não encontrou influência significativa da confiança no Governo, apontando que a satisfação com o governo e com os serviços públicos não é um contribuinte tão importante para a moral tributária como no caso dos indivíduos (cidadãos). Por outro lado, contrasta com Mickiewicz et al. (2019), que haviam encontrado influência positiva, indicando que moral tributária de empreendedores é reforçada pela confiança na forma como os impostos são recolhidos e gastos.

De maneira geral, uma maior qualidade da governança pública é positiva para toda a sociedade, já que haverá uma maior satisfação com os serviços públicos, promovendo bem-estar geral. Contudo, no contexto empresarial, há que se considerar que os serviços públicos podem não apresentar tanta força para motivar os empreendedores a pagarem seus impostos.

4.4.2 Justiça Tributária

Também foi possível confirmar uma baixa percepção de justiça tributária por parte dos empresários, reconhecido pela injustiça na legislação tributária, bem como da distribuição da carga tributária e também do tratamento justo prestado pelo Fisco e pelo Governo. Dessa forma, os empreendedores do setor de telecomunicação não reconhecem que o imposto cobrado pelo Governo é justo, ou seja, o sistema tributário apresenta injustiças que beneficiam ou sobrecarregam alguns contribuintes. Dentro do contexto institucional tributário, essa injustiça tributária poderia então justificar o não-pagamento de impostos por parte dos empreendedores, justificando a inclusão da hipótese H2, prevendo impacto positivo sobre a moral tributária.

Como resultado, foi possível confirmar que a justiça tributária representa um fator determinante (estatisticamente significativo) para a moral tributária dos empreendedores do setor de telecomunicações, influenciando-a positivamente (0.256), confirmando a hipótese H2. Tal resultado indica que um aumento da percepção de justiça tributária se traduz em aumento da moral tributária desses empreendedores e conseqüentemente ajuda no combate à evasão fiscal, deslegitimando o comportamento desonesto.

Esses resultados estão de acordo com Mickiewicz et al (2019), que também encontraram influência positiva da justiça, indicando que moral tributária de empreendedores é reforçada pela avaliação da cobrança de impostos como sendo administrada de forma justa. Mesmo resultado encontrado em Kassa (2021), onde recomenda a criação de um sistema de pagamento de impostos justo, já que a cobrança de impostos justos pode ajudar a reduzir a participação dos empreendedores na evasão fiscal.

Desta forma, resultados encontrados no setor de telecomunicações indicam que a percepção de justiça do sistema tributária ajuda a explicar a moral tributária dos empreendedores, implicando que um aumento da justiça tributária percebida incrementa a moral tributária e com isso ajuda no combate à evasão fiscal.

4.4.3 Corrupção

Foi possível identificar uma percepção de alta corrupção governamental, reconhecida pela corrupção dos políticos, dos servidores públicos e dos auditores fiscais. Em geral, os empreendedores também não reconheceram esforços anticorrupção nos últimos 5 anos. Assim, os empreendedores do setor de telecomunicação percebem um ambiente institucional onde a corrupção governamental assume força. Diante disso, o fato de haver uma alta corrupção por parte do Governo poderia então justificar (legitimar) a evasão fiscal.

No entanto, esse item merece uma atenção especial no teste de hipóteses. No modelo em que são testadas apenas as variáveis preditoras do modelo, foi possível confirmar a influência negativa (-0.185) da corrupção sobre a MT, sendo confirmada a hipótese H3. Contudo, na última rodada do modelo, com a inclusão da variável de controle significativa (idade), a corrupção perde força (-0.126) e com isso

a hipótese H3 não é confirmada no modelo final. Embora haja prejuízo à sua significância, os resultados suportam as evidências identificadas na literatura.

Essa mesma influência negativa também foi encontrada em Williams (2020), indicando que maior o nível percebido de corrupção pública, menor é a moral tributária. Quando um empresário perde a confiança ao observar um caso de corrupção, ele passa a pensar de forma estereotipada e a considerar que há corrupção em todos os casos e, portanto, isso gera desconfiança institucional (HORODNIC; WILLIAMS, 2019). Essa desconfiança então pode levar à visão de que a evasão fiscal é uma ação legítima.

Portanto, as evidências no setor de telecomunicações apontam para um impacto negativo da corrupção governamental sobre a motivação para pagar impostos. Dessa forma, esforços anticorrupção poderiam ter efeitos positivos sobre a moral tributária de empreendedores, corrigindo falhas institucionais que prejudicam o pagamento de impostos empresariais.

4.4.4 Risco de Detecção

As percepções sobre o risco de detecção apresentaram algumas contribuições importantes. Os empreendedores reconhecem que há um risco de ser pego, contudo a média de respostas ficou perto da neutralidade. Em vista disso, não é possível afirmar que os empreendedores do setor percebem um alto risco de serem pegos cometendo atos de sonegação. Esse risco de detecção pode apontar para uma efetividade do poder coercitivo promovido pelo Fisco, ou seja, através da eficiência da fiscalização tributária, a partir de auditorias e monitoramento dos sonegadores, haveria um temor maior de ser fiscalizado (maior risco de detecção), levando à deslegitimação da evasão fiscal (maior moral tributária).

Contudo, a hipótese H4 previa uma influência positiva na MT, tendo como base a literatura, sendo que o resultado aqui encontrado mostra o contrário, o risco de detecção apresenta influência negativa (-0.196). Assim, sua significância é confirmada, contudo seu efeito é negativo e não positivo. Ou seja, conclui-se que quanto menor a percepção da chance de ser pego cometendo atos de evasão fiscal maior a moral tributária.

Esse resultado contrasta com o resultado encontrado em Mickiewicz et al (2019), onde foi identificada influência positiva da probabilidade de ser pego sobre a

moral tributária de empreendedores. Por outro lado, o efeito negativo também foi encontrado em Radulović (2019), indicando que a moral tributária é menor para empresas que percebem maior probabilidade de serem pegas.

Esse impacto negativo pode ser explicado pelo reconhecimento de uma motivação calcada no aspecto voluntário e não coercitivo, o que pode representar que o empreendedor espera confiança das autoridades tributárias, em uma relação de parceria, e não baseada na coerção (dissuasão) pura e simplesmente. Um agregamento ao conceito de educação fiscal poderia se mostrar frutífero, já que a medida em que os empreendedores reconhecem um papel educativo do Governo, a dissuasão acaba tomando menos força e a consciência e cidadania fiscal acabam contribuindo para melhorar a moral tributária

4.4.5 Severidade das punições

Também trazendo esse aspecto coercitivo, alinhado ao pilar regulatório-instrumental (SCOTT, 2008), foi possível observar uma concordância de que as penalidades aplicadas aos sonegadores são severas. Isso foi reconhecido pela efetividade das penalidades previstas na legislação frente ao impacto financeiro e não-financeiro (reputação) a quem as comete. Um ambiente institucional em que as penalidades são brandas pode incentivar o contribuinte a cometer atos de evasão fiscal já que os efeitos não serão suficientes para reprimir sua incidência e reincidência.

Aqui, a severidade das punições se mostrou determinante para influenciar a moral tributária dos empreendedores, tendo-se identificado influência positiva (0.228) sobre ela, confirmando a hipótese H5. As evidências do setor de telecomunicações mostram que quanto maiores são as punições aplicadas, mais motivados estarão os empreendedores para pagarem seus impostos. Mesmo resultado foi encontrado em Mickiewicz et al. (2019), acrescentando que a gravidade da punição importa mais do que a probabilidade de ser pego.

Assim, os empreendedores cumprirão os pagamentos de impostos se acharem que as penalidades lhes causarão maiores prejuízos. Do contrário a impunidade percebida (ou a percepção de que as punições são brandas ou insuficientes) pode desincentivar o cumprimento das obrigações tributárias, justificando a evasão fiscal.

Um dos motivos para tal, pode estar no fato da impunidade representar um senso comum (crença) que acaba justificando a evasão fiscal. Assim, o reconhecimento de um ambiente rigoroso onde evasão fiscal é reprimida (não há legitimidade) contribui para incrementar a moral tributária.

Contudo, recomenda-se aos Governos que o uso pesado de sanções não ser a melhor estratégia em todos os casos, especialmente se essa severidade não for percebida como justa, como por exemplo uma punição severa para pequenos erros fiscais *versus* impunidade efetiva para transações em larga escala (MICKIEWICZ et al. 2019). Dessa forma, pode-se concluir que a chave para corrigir falhas institucionais referentes à suficiência e efetividade das sanções tributárias deve estar no combate à impunidade, a qual terá efeito positivo sobre a MT.

4.4.6 Carga tributária

O peso da carga tributária também foi reconhecido, onde os empreendedores apontaram maior concordância de que as alíquotas de impostos são altas e prejudicam o desenvolvimento econômico e o crescimento dos negócios. Todos os indicadores desse constructo apresentaram médias acima de 4, indicando quase um consenso em relação ao obstáculo que a carga tributária representa para o empreendedorismo. Diante disso, o fato de haver um contexto institucional tributário em que seja reconhecida uma alta carga tributária poderia apontar uma possível justificativa para o não-pagamento dos impostos e/ou entrada na informalidade.

A hipótese H6, que previa que a percepção de alta carga tributária apresentava influência negativa não foi suportada, não sendo encontrada significância estatística, não se confirmando H6. Assim como a complexidade tributária, a carga tributária também apresenta efeito diferente do que previa a hipótese H6 (influência negativa), tendo um efeito levemente positivo, contudo seu poder explicativo não se confirma.

Esses resultados destoam da influência negativa identificada em Nikulin (2020). Embora não tenha sido realizada no contexto empresarial e sim individual, os resultados também contrastam com Torgler et al. (2008), que identificaram que uma maior carga tributária percebida está negativamente correlacionada com a MT. Contudo, diferentemente deste estudo, aqui não foi encontrada significância

estatística. Assim, tais comparações são apenas a nível informativo, carecendo de maiores aprofundamentos a fim de melhorar o poder explicativo do modelo.

Diante disso, mesmo se reconhecendo a existência de alíquotas altas de impostos no setor de telecomunicações (sendo que em alguns casos a carga tributária total passa de 50%), não foi possível concluir que uma diminuição na carga tributária (peso das alíquotas sobre a atividade empresarial e desenvolvimento econômico) ou um aumento dela (redução de benefícios fiscais ou aumento efetivo de alíquotas) poderia contribuir para o pagamento de impostos. Nesse sentido, deve-se ressaltar a recomendação de Alm (2019) que indica cautela na implantação das políticas tributárias já que há indivíduos que respondem de maneiras diferentes às mudanças em sua carga tributária, alguns que às vezes são cooperativos e outras vezes aproveitadores. Assim, a redução das alíquotas, embora pareça o caminho natural para reduzir a informalidade e combater a evasão fiscal, pode não apresentar os efeitos esperados, quer seja a melhoria da moral tributária.

4.4.7 Complexidade Tributária

Como era esperado, também foi percebido a existência de um sistema tributário complexo por parte dos empreendedores do setor de telecomunicações, reconhecido pela alta tecnicidade e detalhamento da legislação, o que acaba prejudicando a compreensão dos empreendedores sobre a tributação, exigindo-se inclusive a contratação de consultorias para ajudar na compreensão e cumprimento das obrigações tributárias. Essa complexidade do sistema poderia representar uma pressão institucional sobre os empreendedores, tomando força sobre as atitudes deles, que poderia os desestimular de pagarem impostos em razão da dificuldade de compreensão e cumprimento de todas as obrigações.

Como resultado, não foi encontrada significância estatística de que a complexidade do sistema tributário possui influência sobre a moral tributária, não se confirmando a H6. Aqui foi identificado um efeito positivo (0.165), indicando uma tendência à melhoria da moral tributária conforme se aumenta a complexidade do sistema, contudo sua significância não é confirmada.

Os resultados não permitem concluir que uma simplificação do Sistema Tributário teria impacto positivo sobre a moral tributária como previa a hipótese de pesquisa em que uma alta complexidade tende uma menor MT, contrastando às

evidências encontradas por Taing e Chang (2020) onde confirmou-se influência negativa da complexidade tributária,

Embora não tenha sido o foco da análise, a burocracia pode ser uma possível explicação para esse efeito positivo, já que a existência de maiores regras e regulamentos a serem seguidos não implica necessariamente em maior dificuldade de compreensão da legislação. O fato de haver mais regulamentação e obrigações pode contribuir para um ambiente onde há menos espaço para favorecimentos e tratamento isonômico entre os contribuintes. Contudo, dado que a hipótese não foi confirmada, as contribuições analíticas servem como suporte para novos testes empíricos que possam aprimorar e aprofundar as análises.

4.4.8 Educação Fiscal

Foi possível observar também uma preocupação com a educação fiscal, reconhecida pela suficiência do Governo e dos auditores na disseminação de informações, bem como da efetividade da utilização dos meios de canais de comunicação. Verificou-se uma percepção de baixa disseminação de informações por parte das autoridades tributárias, sendo que os canais online tomam maior força do que canais tradicionais. Um contexto institucional tributário onde há percepção de educação fiscal insuficiente também poderia contribuir para justificar o não-pagamento, legitimando a evasão fiscal.

Aqui, a educação fiscal não apresentou significância estatística sobre a moral tributária, não se confirmando a hipótese H8. Assim, não se pode afirmar que o aumento de ações de educação fiscal geraria necessariamente um aumento de moral tributária. Ademais, ao contrário da hipótese de pesquisa, o coeficiente estrutural encontrado é negativo (-0.066) sobre a MT.

Dada a dificuldade de estudos que tenham testado a influência da educação fiscal no contexto empresarial, os poucos estudos testaram sua influência em contexto individual (cidadão), resta prejudicada a comparação com a MT de empreendedores. Embora com nomenclaturas diferentes, mas com escopo bem próximo, Kassa (2021) encontrou influência positiva do conhecimento tributário sobre a propensão à evasão fiscal, indicando que quanto maior o conhecimento sobre tributação que o empreendedor possui maior será sua moral tributária, assim a disseminação de informações teria impacto positivo.

Embora as evidências obtidas no setor de telecomunicações não permitam concluir que a educação fiscal pode ajudar a explicar a moral tributária, há de se reconhecer que o indivíduo obediente ou que obedecerá é aquele que tem consciência sobre tributação (HANTONO, 2021). Essa conscientização tem reflexo em diversos campos. Nesse sentido, os impactos da educação fiscal transpõem os campos da disseminação de informações, contribuindo também para melhoria da Confiança no Governo, já que ao informar adequadamente e transparentemente as informações obtém maior legitimidade dos contribuintes. Também interfere na percepção de Risco de Detecção, já que terão maior consciência dos efeitos da fiscalização tributária, e também ajudará na promoção da Justiça Tributária, evidenciando-se um ambiente em que os contribuintes sabem como a receita pública é obtida (distribuição da carga tributária) e também como é gasta (justifica redistributiva). Podendo ainda transitar pelos demais fatores aqui investigados.

Assim, reconhecendo que seu efeito pode se dar de maneira indireta, apesar de não se confirmar a influência, há de reconhecer a importância de o Governo fornecer informações sobre os benefícios de estar em conformidade e mostrar os bens e serviços públicos recebidos pelos impostos pagos, pois isso contribui num nível mais amplo, promovendo maior consciência sobre a importância da tributação e conseqüentemente uma melhoria na moral tributária.

4.4.9 Variáveis de controle

Após os testes com todas as variáveis de controle representando as características das empresas e dos empreendedores, apenas o indicador idade representou significância estatística de sua influência sobre a moral tributária e por isso foi incluída no modelo final.

As evidências apontam que à medida que a idade aumenta a moral tributária também aumenta. Isto confirma os achados anteriores de Alm e Gomez (2008), Kondelaji et al (2016) e Vythelingum et al (2017), onde foram identificadas influências positivas da idade sobre a MT.

Diante disso, pode-se concluir que empreendedores mais jovens tendem a estarem menos motivados a pagarem impostos do que os empreendedores mais idosos. A partir disso, a moral tributária tende a ser aumentada com o tempo por

meio de mecanismos que favorecem a conscientização dos sujeitos, diminuindo a propensão pela evasão fiscal.

Nessa mesma linha, uma outra explicação é o fato de indivíduos mais jovens serem menos propensos ao risco de sofrer sanções, sejam sociais ou financeiras (ALASFOUR et al. 2016). Isso pode ser observado no item SP2 do questionário, onde apenas 1 dos respondentes com mais de 60 anos apresentou resposta acima de 1 (discordo totalmente), selecionando a opção 2, ou seja, todos os empreendedores mais idosos reconhecem que as taxas de penalidades são altas. Do contrário, nas demais idades houveram diversas respostas concordando com a afirmação, havendo inclusive algumas respostas concordando totalmente com a afirmação nas faixas de 21 a 30 anos (n=2) e de 31 a 40 anos (n=3). A faixa 1 (até 20 anos) possui apenas 1 resposta, prejudicando conclusões a partir dela.

Tabela 36: Severidade percebida por idade

SP2	IDADE	N	Média	Média invertida
As taxas de penalidades (multas) são muito baixas e posso me dar ao luxo de pagá-las.	Até 20 anos	1	1.00	(5.00)
	De 21 a 30	27	1.85	(4.15)
	De 31 a 40	69	1.72	(4.28)
	De 41 a 50	45	1.91	(4.09)
	De 51 a 60	15	1.87	(4.13)
	Mais de 60 anos	8	1.13	(4.88)

Fonte: Dados da Pesquisa 2020).

Do ponto de vista institucional, isso pode ser importante quando da promoção de arranjos e mudanças institucionais (reformas) a fim de promover o combate à evasão fiscal, onde o foco prioritário de ação deve ser o público mais jovem a fim de se melhorar sua motivação ao pagamento de impostos.

Contudo, a simples constatação, no nível agregado, de que os empreendedores mais jovens têm menor disposição a pagarem seus impostos não implica que suas percepções não se alterem ao longo dos anos, já que um empreendedor jovem que hoje não está motivado pode ao longo de sua trajetória de vida obter maior consciência e conseqüentemente estar menos propenso à evasão fiscal. Assim, mesmo que as trajetórias individuais de cada um deles é que definirão o caminho de sua moral tributária. As evidências aqui apenas corroboram isso dentro do setor de telecomunicações.

Ademais, os contextos de referência (em nossa realidade o contexto institucional tributário brasileiro no setor de telecomunicações), bem como as

trajetórias (estratégias e decisões dos empreendedores ao longo dos tempos), são e serão distintos entre todos, havendo situações em que as percepções do indivíduo se mantêm mesmo com o avanço da idade e essa consciência da importância da tributação não se construa, por uma série de razões, entre as quais pode estar uma maior resiliência à corrupção.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou investigar os fatores determinantes para a moral tributária de empreendedores a partir de uma abordagem neoinstitucional, com o fim de identificar falhas institucionais que possam estar prejudicando o cumprimento das obrigações tributárias a partir de evidências do setor de telecomunicações. Como resultado, foi possível identificar como fatores determinantes para moral tributária desses empreendedores, as seguintes percepções do contexto institucional tributário: Risco de detecção (RD), severidade das punições (SP), Justiça tributária (JT). Ademais, com efeito moderador (variável de controle), também se identificou a influência da idade dos empreendedores representando também um fator determinante.

Foi possível reconhecer a influência das pressões coercitivas, representadas pelo risco de ser pego cometendo atos de evasão fiscal e pela severidade das punições a quem os comete. Contudo, ambos fatores assumem posições diferentes. Enquanto foi confirmada a influência positiva da severidade das punições, o risco de detecção apresentou comportamento diferente, diminuindo a moral tributária desses empreendedores. Aqui, reconhece-se a necessidade de um ambiente com menos fiscalização, o que poderia contribuir para uma cultura de motivação voluntária. Ao mesmo tempo, deveria haver mais efetividade nas punições, já que a impunidade é uma norma social que pode diminuir a disposição dos empreendedores para o pagamento de impostos.

Como pressão normativa, foi confirmada a influência positiva da justiça tributária, implicando com isso na necessidade de mudanças institucionais que promovam melhorias na legislação de forma a aumentar a percepção de justiça, assim como na carga tributária e no tratamento realizado pelas autoridades tributárias. Um ambiente de injustiça tributária implica em um ambiente propenso à evasão fiscal, já que a crença de que o sistema tributário não é justo pode justificar o comportamento empreendedor destrutivo (evasão fiscal).

A idade também contribuiu para explicar a moral tributária dos empreendedores, tendo sido identificado que empreendedores mais jovens possuem menos disposição ao pagamento de impostos, e conseqüentemente isso acaba sendo um campo frutuoso para a evasão fiscal. Como implicação disso, há que se

levar em conta a idade dos empreendedores para que se realizem melhorias no ambiente institucional que permitam a melhoria da moral tributária.

Também é importante considerar o intercâmbio produtivo em relação às demais características sociodemográficas, já que foi possível perceber que o setor de telecomunicações possui, em sua maioria, empreendedores mais experientes (com maior idade e maior nível de escolaridade), o que, embora não tenha confirmado influência sobre a moral tributária, também pode apresentar reflexo na idade, influenciando indiretamente a moral tributária. Reconhecer a influência da idade é um primeiro passo para diversas investigações que possam melhor explorar essa relação.

Há que se ressaltar que a percepção de corrupção aqui envolve a atuação governamental, a qual está mais próxima da tributação, sendo essa uma limitação do presente estudo. Futuros estudos podem aprofundar a investigação não apenas sobre a corrupção governamental, mas também sobre a corrupção generalizada, que pode envolver também as relações entre os próprios empreendedores. Ademais, há de se reconhecer que um ambiente em que a corrupção não seja legitimada, tende a gerar um maior reconhecimento da importância da tributação. Assim, mesmo que não se verifique influência significativa sobre a moral tributária, a corrupção também representa um comportamento destrutivo e deve ser objetivo de mudanças institucionais que a coíbam, podendo apresentar efeitos indiretos.

Este estudo também identificou que a educação fiscal, a complexidade do sistema e a carga tributária não representam fatores determinantes para a moral tributária desses empreendedores. Os resultados em relação à essas variáveis carecem de maiores evidências, recomendando-se seu aprofundamento em estudos futuros. Esses estudos podem ir além das análises quantitativas, sendo frutíferas abordagens qualitativas que busquem explorar as narrativas dos empreendedores, identificando os elementos institucionais que possam se apresentar importantes dentro do contexto da moral tributária.

Há que se destacar que a educação fiscal ainda é pouco encontrada na literatura, sendo que a maioria deles traz um enfoque no “conhecimento tributário”, promovendo análise sobre a suficiência das informações disponíveis. Aqui, buscou-se uma abordagem mais ampla, investigando não apenas a suficiência, mas a efetividade das ações informativas. Ademais, importante ressaltar que foi constatado na análise que apenas o papel dos auditores fiscais foi reconhecido para promover a

educação fiscal, enquanto os demais apontaram uma percepção negativa, apontando falhas institucionais em relação à essa comunicação com os empreendedores. Embora não represente fator determinado, a educação fiscal pode contribuir indiretamente para as demais percepções, promovendo melhorias no ambiente institucional e ajudando no combate à corrupção, sendo frutíferas as políticas públicas tendentes a melhoria da consciência tributária dos empreendedores.

Outras limitações dizem respeito aos respondentes (empreendedores). Embora os e-mails tenham sido encaminhados com indicação clara de que a pesquisa se refere a empreendedores, não podendo-se garantir que não houve nenhuma resposta com respondente que não seja efetivamente empreendedor. Tal limitação se deu por conta da pandemia de Covid/2019 que acabou dificultando a coleta de dados de maneira presencial, sendo que a realização de maneira virtual dificulta o controle por parte do pesquisador. Contudo, há que se ressaltar que houve tratamento dos dados para buscar potenciais respostas tendenciosas, buscando identificar potenciais problemas em relação aos respondentes. Ainda, embora a modelagem de equações estruturais admita volume de respostas menor, assim como tenha sido atingido o tamanho da amostra mínimo (109), um maior número de respostas poderia gerar maiores contribuições e aumentar o poder explicativo do modelo.

Reconhece-se também como limitação de pesquisa a escolha de um setor que possui ambiente com maior regulação por parte do Governo. Esse ambiente pode contribuir para a maior força das pressões coercitivas (risco de detecção e severidade das punições). Sugere-se que futuros estudos possam explorar novos setores econômicos, permitindo a comparação de outros campos organizacionais.

O estudo traz implicações práticas importantes. Recomenda-se aos governantes, a promoção de políticas que corrijam e melhorem as condições institucionais a fim de tornar o ambiente mais favorável à conformidade tributária. Primeiramente, são necessárias ações que reprimam a sensação de impunidade (sanções) já que isso aumenta a moral tributária. Ainda, se torna importante reconhecer que o Fisco deve ser menos repressivo (pois isso diminui a moral tributária), o que pode indicar a necessidade de um enfoque mais orientativo, voltado à parceria com os empreendedores. A justiça do sistema tributário também deve ser priorizada, onde deve-se melhorar a justiça percebida da legislação tributária, da

carga tributária, bem como da atuação isonômica do Fisco. Por fim, as reformas e ações também devem considerar a idade dos empreendedores, onde o foco maior deve estar nos mais jovens, já que merecem atenção especial por apresentarem moral tributária menor.

Por fim, é de ressaltar que a pesquisa buscou explorar apenas as atitudes dos empreendedores, o que foi feito a partir da moral tributária. Foi possível identificar uma moral tributária positiva na maioria dos casos, onde a média geral foi acima de 7. Contudo, há que se considerar a possibilidade de conflito entre as atitudes e o comportamento efetivo dos empreendedores, onde embora a moral tributária seja alta, o indivíduo mesmo assim opte pela evasão fiscal e não pela conformidade tributária. Aqui buscou-se contribuir para a existência de um esforço de motivação interno que molda as ações dos atores sociais, futuros estudos podem buscar a identificação e comparação com o comportamento efetivo desses atores. Reconhece-se que grandes esforços podem ser necessários para buscar efetivamente esse comportamento desonesto, visto que há grande dificuldade em medi-lo, dadas as tentativas de ocultar esse comportamento. Contudo, as evidências aqui encontradas podem ajudar nessa construção.

Como sugestões para estudos futuros, recomenda-se explorar novos setores econômicos, permitindo a comparação de campos organizacionais distintos. Além disso, a educação fiscal ainda é pouco encontrada nos estudos sobre moral tributária, carecendo de maiores aprofundamentos em estudos futuros. Por fim, a corrupção também merece maior atenção, trazendo um enfoque mais amplo, que vá além da corrupção governamental.

Como implicações práticas, recomenda-se aos governantes, a promoção de políticas que reprimam a sensação de impunidade (sanções) já que isso aumenta a moral tributária. Ainda, se torna importante reconhecer que o Fisco deve ser menos repressivo (pois isso diminui a moral tributária), o que pode indicar a necessidade de um enfoque mais orientativo. A justiça do sistema tributário também deve ser priorizada, onde deve-se melhorar a justiça percebida da legislação tributária, da carga tributária, bem como da atuação isonômica do Fisco. Por fim, as políticas e ações que promovam as mudanças institucionais (reformas) devem considerar a idade dos empreendedores, onde o foco maior deve estar nos mais jovens, já que possuem moral tributária menor.

REFERÊNCIAS

- ABINA, S. et al. Tax Compliance among Ghanaian SMEs: How impactful is Taxpayer Education? **International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences**, v. 10, n. 4, p. 40–58, 2021.
- ABRINTMULHER. Mulheres começam a se destacar no mercado de ISPs. 2021. Disponível em: <http://www.abrint.com.br/abrintmulher/#team>. Acesso em: 05 fev. 2022.
- ANATEL. Dados Abertos: 2021. Disponível em: <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/>. Acesso em: 05 fev. 2022.
- ALASFOUR, F.; SAMY, M.; BAMPTON, R. The determinants of tax morale and tax compliance: Evidence from Jordan. **Advances in Taxation**, v. 23, p. 125-171, 2016.
- ALBULESCU, C. T. et al. Entrepreneurship, Tax Evasion and Corruption in Europe. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v. 221, p. 246–253, 2016.
- ALEMU, A. A. Impact of Tax Audit on Tax Compliance with Reference to Category “A” Taxpayers: A Case Study in Hawassa City Administration, South Nations, Nationalities and Peoples’ Regional State of Ethiopia. **Journal of Modern Accounting and Auditing**, v. 16, n. 6, p. 278–290, 2020.
- ALKHATIB, A. A.; MARYA, A. A. The impact of corruption in encouraging the crime of income tax evasion among the Palestinian SMEs. **Journal of Research in Business and Management**, v. 9, n. 2, p. 1–9, 2021.
- ALM, J. What motivates tax compliance. **Tulane Economics Working Paper Series**, n. 1903, 2019.
- ALM, J.; GOMEZ, J. L. Social Capital and Tax Morale in Spain. **Economic Analysis and Policy**, v. 38, n. 1, p. 73-87, 2008.
- ALM, J.; MCCLELLAN, C. Tax morale and tax compliance from the firm’s perspective. **Kyklos**, v. 65, n. 1, p. 1–17, 2012.
- ALM, J.; TORGLER, B. Culture differences and tax morale in the United States and in Europe. **Journal of Economic Psychology**, v. 27, n. 2, 2006.
- ANDRIANI, L. Tax morale and prosocial behaviour: Evidence from a Palestinian survey. **Cambridge Journal of Economics**, v. 40, n. 3, p. 821–841, 2016.
- AUGUSTINE, A. A.; ENYI, E. P. Control of Corruption, Trust in Government, and Voluntary Tax Compliance in South-West, Nigeria. **Management Studies**, v. 8, n. 1, p. 84–97, 2020.
- BANDURA, A. Personality and Social Psychology Review Moral Disengagement in the Perpetration of Inhumanities. **Personality and Social Psychology Review**, v. 3, n. 3, p. 193-209, 1999.

BAREMBLITT, G. **Compêndio de análise institucional e outras correntes: teoria e prática**. 5. ed., Belo Horizonte: Instituto Felix Guattari, 2002.

BERDIEV, A. N.; SAUNORIS, J. W. What drives entrepreneurs underground? The role of tax morale. **Applied Economics Letters**, v. 26, n. 10, p. 818–822, 2019.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2004.

BIDO, D. DE S.; SILVA, D. DA. SmartPLS 3: especificação, estimação, avaliação e relato. **Administração: Ensino e Pesquisa (RAEP)**, n. 2, p. 488–536, 2019.

BNDES. Classificação de porte dos clientes. 2021. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/porte-de-empresa>. Acesso em: 05 abr. 2021.

BORREGO, A. C.; LOPES, C. M. M.; FERREIRA, C. M. S. Tax complexity indices and their relation with tax noncompliance: Empirical evidence from the Portuguese tax professionals. **Tékhne**, v. 14, n. 1, p. 20–30, 2016.

BRAITHWAITE, V.; AHMED, E. A threat to tax morale: The case of Australian higher education policy. **Journal of Economic Psychology**, v. 26, n. 4, 2005.

BRUCE, D. et al. Taxes and entrepreneurship: A literature review and research agenda. **Foundations and Trends in Entrepreneurship**, v. 16, n. 5, p. 393–443, 2020.

BRUCE, D.; SCHUETZE, H. Tax policy and entrepreneurship. **Swedish Economic Policy Review**, v. 11, p. 233–265, 2004.

BRYMAN, A.; BELL, E. **Business Research Methods**. 3. Ed, New York: Oxford University Press, 2011.

CASTAÑEDA RODRÍGUEZ, V. M. La equidad del sistema tributario y su relación con la moral tributaria. Un estudio para América Latina. **Investigacion Economica**, v. 76, n. 299, p. 125–152, 2017.

CASTAÑEDA, V. M. Tax Equity and its Association with Fiscal Morale. **International Public Management Journal**, p. 710–735, 2019.

CHAERKI, K. F.; RIBEIRO, G.; FERREIRA, J. M. Uma introdução à teoria institucional do ponto de vista sociológico. **Caderno de Administração UEM**, v. 27, n. 1, p. 62–91, 2019.

CHIN, W. W. The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. **Modern Methods for Business Research**, v. 2, p.295–336, 1998.

CHING, S. P. Determinants of Tax Non-Compliance in Malaysia. Dissertação (Mestrado em Administração), 108 p, 2013.

COHEN, J. **Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences**. 2. ed., New York: Routledge, 1988.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa - método qualitativo, quantitativo e misto**, 2 ed, Porto Alegre: ARTMED, 2007.

DAUDE, C.; GUTIÉRREZ, H.; MELGUIZO, A. What drives tax morale? A focus on emerging economies. **Hacienda Publica Espanola**, v. 207, n. 4, p. 09-40, 2013.

DATASEBRAE. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/totaldeempresas-11-05-2020/>. Acesso em: 05 fev. 2022.

DATASEBRAE. Porte Comércio e Serviços Indústria. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/MPE_conceito_empregados.pdf. Acesso em: 12 maio 2021.

DE NEVE, J.-E.; et al. How to Improve Tax Compliance? Evidence from Population-wide Experiments in Belgium. **Journal of Political Economy**, v. 129, n. 5, p. 1425-1463, 2021.

DEEPHOUSE, D. L.; SUCHMAN, M. Legitimacy in Organizational Institutionalism. Em: **SAGE. The Sage Handbook of Organizational Institutionalism**, p. 49-77, 2008.

DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. A gaiola de ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 45, n. 2, p. 74–89, 2005.

DIGITAL, Conexis Brasil (org.). Relatório Trimestral 3T21. 2021. Disponível em: https://conexis.org.br/wp-content/uploads/2021/12/20211202-RELATORIO-TRIMESTRAL_3T21_v2.pdf. Acesso em: 05 fev. 2022.

DOĞAN, B. S. The Evolution of Tax Morale in Turkey. **Journal of Economy Culture and Society**, December/2020, p. 145–156, 2020.

DONDENA (org.). Literature review on taxation, entrepreneurship and collaborative economy: final report. **Publications Office**, 2017.

ERMASOVA, N. et al. The Relationship between Culture and Tax Evasion across Countries: Cases of the USA and Germany. **International Journal of Public Administration**, v. 44, n. 2, p. 115–131, 2021.

EVEREST-PHILLIPS, M.; SANDALL, R. Linking Business Tax Reform with Governance. **Investment Climate in Practice**, n. 2. World Bank, p. 1–4, 2009.

FÁVERO, L. P.; BELFIORE, P. **Manual de Análise de Dados Estatística Modelagem Multivariada Com Excel, SPSS E STATA**. Rio de Janeiro: Elsevier, .

FORNELL, C.; LARCKER, D. F. Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. **Journal of Marketing Research**, v. 18, n. 1, p. 39–50, 1981.

FORTEZA, A.; NOBOA, C. Perceptions of institutional quality and justification of tax evasion. **Constitutional Political Economy**, v. 30, n. 4, p. 367-382, 2019.

FREY, B. S. Deterrence and tax morale in the European Union. **European Review**, v. 11, n. 3, p. 385-406, 2003.

FREY, B. S.; TORGLER, B. Tax morale and conditional cooperation. **Journal of Comparative Economics**, v. 35, n. 1, p. 136-159, 2007.

GARCIA, F. et al. The effects of official and unofficial information on tax compliance. **Journal of Economic Psychology**, v. 78, 2020.

GARSON, G. D. **Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models**. Asheboro, NC: Statistical Associates Publishers, 2016.

GERSTENBLÜTH, M. et al. How do inequality affect tax morale in Latin America and Caribbean? **Revista de economía del Rosario**, v. 15, n. 2, p. 123–135, 2012.

GIRAY, F. Factors Determining Taxpayers' Perception Towards Tax Fairness: the Structural Equation Model for Turkey. **International Journal of Economics and Finance Studies**, v. 7, n. 1, p. 17–38, 2015.

GREENWOOD, R.; HININGS, C. R.; WHETTEN, D. Rethinking institutions and organizations. **Journal of Management Studies**, v. 51, n. 7, p. 1206–1220, 2014.

GUARIDO, E. R. et al. A Institucionalização da teoria institucional no contexto dos estudos organizacionais no Brasil. **XXXIII Encontro da ANPAD (EnANPAD 2009)**, Anais, São Paulo, 2009.

GÜZEL, S. A.; ÖZER, G.; ÖZCAN, M. The effect of the variables of tax justice perception and trust in government on tax compliance: The case of Turkey. **Journal of Behavioral and Experimental Economics**, v. 78, p. 80–86, 2019.

HAIR, J. F. et al. **A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)**. Thousand Oaks. Sage publications, 2017.

HAIR, J. F. et al. **Multivariate Data Analysis**. 7. ed., Prentice Hall, Upper Saddle River, 2019.

HAIR, J. F. et al. **A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)**. SAGE Publications, 2014.

HALL, P. A.; TAYLOR, R. C. R. **As três versões do neo-institucionalismo**. Lua Nova: Revista de Cultura e Política, n. 58, p. 193–223, 2003.

HAMID, N. A.; ZAKARIA, N. N.; HASSAN, N. S.; et al. Factors affecting tax compliance among the Malaysian food riders. **Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems**, v. 12, n. 3, p. 322-328, 2020.

HANTONO. The Impact Tax Knowledge, Tax Awareness, Tax Morale Toward Tax Compliance Boarding House Tax. **International Journal of Research - GRANTHAALAYAH**, v. 9, n. 1, p. 49–65, 2021.

HECHAVARRIA, D. M.; INGRAM, A. A Review of the Entrepreneurial Ecosystem and the Entrepreneurial Society in the United States: An Exploration with the Global Entrepreneurship Monitor Dataset. **Journal of Business and Entrepreneurship**, v. 26, n. 1, p. 1–36, 2014.

HELHEL, Y.; VARSHALOMIDZE, M. Determinants Of Tax Attitude And Tax Compliance Among Small And Medium Enterprises (SMEs) In Tourism Industry: A Survey Study In Georgia. **Archives of Business Research**, v. 3, n. 5, p. 14–24, 2015.

HENREKSON, M.; SANANDAJI, T. The interaction of entrepreneurship and institutions. **Journal of Institutional Economics**, v. 7, n. 1, p. 47–75, 2011.

HERNAÍZ, C. E.; PHELAN, M.; CAMACHO, J. E. Sobre las mediciones de corrupción y su relación con el desarrollo y el bienestar en América Latina. **Paradigmas**, v. 6, n. 2, p. 131–177, 2014.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. (2009) **Empreendedorismo**. 7ª edição. Porto Alegre: Bookman.

HOARE, Z.; HOE, J. Understanding quantitative research: part 2. **Nurs Stand**, v. 27, n. 18, p. 48–55, 2013.

HOLM, A. B. Institutional context and e-recruitment practices of Danish organizations. **Employee Relations**, v. 36, n. 4, p. 432–455, 2014.

HORODNIC, I. A. Tax morale and institutional theory: a systematic review. **International Journal of Sociology and Social Policy**, v. 38, n. 9-10, p. 868-886, 2018.

HORODNIC, I. A.; WILLIAMS, C. C. An evaluation of the shadow economy in Baltic states: A tax morale perspective. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 28, p. 339–358, 2016.

HORODNIC, I. A.; WILLIAMS, C. C. Evaluating policy approaches for tackling informal entrepreneurship. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 26, n. 4, p. 595–611, 2019.

IBRAHIM, M. et al. Beyond enforcement: what drives tax morale in Ghana? **Humanomics**, v. 31, n. 3, p. 272–298, 2015.

IBGE. PAS - Pesquisa Anual de Serviços. 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos/9028-pesquisa-anual-de-servicos.html?=&t=resultados>. Acesso em: 08 nov. 2021.

IBQP. Empreendedorismo no Brasil. 2019. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2021.

JACOMETTI, M.; GONÇALVES, S. A.; CASTRO, M. DE. Institutional work e conhecimento em redes interorganizacionais: uma proposta para investigar APLs. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 15, n. 6, p. 17–47, 2014.

JOLODAR, S. Y. E.; AHMADI, M.; IMANKHAN, N. Presenting The Model of Tax Compliance: The Role of Social-Psychological Factors. **Asia-Pacific Management Accounting Journal**, v. 14, n. 2, p. 139–160, 2019.

JUN, B. W.; YOON, S. M. Taxpayer's religiosity, religion, and the perceptions of tax equity: Case of south Korea. **Religions**, v. 9, n. 11, p. 1–15, 2018.

KAYAOGU, A.; WILLIAMS, C. C. Explaining Tax Non-Compliance from a Neo-Institutionalist Perspective: Some Lessons from a Public Opinion Survey in Turkey. **Sosyoekonomi**, v. 28, n. 43, p. 89–105, 2020.

KEMME, D. M. et al. Tax Morale and International Tax Evasion. **Journal of World Business**, v. 55, n. 3, 2020.

KONDELAJI, M. H. H. et al. Analyzing determinants of tax morale based on social psychology theory: Case study of Iran. **Iranian Economic Review**, v. 20, n. 4, p 581-598, 2016.

KOUMPIAS, A. M.; MARTINEZ-VAZQUEZ, J. The impact of media campaigns on tax filing: quasi-experimental evidence from Pakistan. **Journal of Asian Economics**, v. 63, p. 33–43, 2019.

KURIA, J. E; OMBOI, D. Taxpayers' attitudes and tax compliance behaviour in Kenya: A survey of top 100 SMEs. **IOSr Journal of Business and Management**, v. 18, n. 6 II, p. 61–70, 2016.

LAGO-PEÑAS, I.; LAGO-PEÑAS, S. The determinants of tax morale in comparative perspective: Evidence from European countries. **European Journal of Political Economy**, v. 26, n. 4, p. 441–453, 2010.

LE, H. T. D. et al. Factors Affecting Electronic Tax Compliance of Small and Medium Enterprises in Vietnam. **Journal of Asian Finance, Economics and Business**, v. 8, n. 1, p. 823–832, 2021.

LGT. Lei Geral de Telecomunicações. 1997. Lei n. 9472 de 16 de julho de 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9472.htm. Acesso em: 08 nov. 2021.

LIMA, F. W. S.; ZAKLAN, G. A multi-agent-based approach to tax morale. **International Journal of Modern Physics C**, v. 19, n. 12, p. 1797-1808, 2008.

LITTLE, T. D. et al. On selecting indicators for multivariate measurement and modeling with latent variables: When “good” indicators are bad and “bad” indicators are good. **Psychological Methods**, v. 4, n. 2, p. 192-211, 1999.

LOZZA, E. et al. The relationship between political ideology and attitudes toward tax compliance: The case of Italian taxpayers. **Journal of Social and Political Psychology**, v. 1, n. 1, p. 51–73, 2013.

LUTTMER, E. F. P.; SINGHAL, M. Tax morale. **Journal of Economic Perspectives**, v. 28, n. 4, p. 149–168, 2014.

MANGOTING, Y. et al. Does Coercive Power Influence The Relationship of Tax Morale on Tax Evasion. **AFBE 2019 (23rd Asian Forum of Business Education) Advances in Economics, Business and Management Research**, v. 144, Anais, p. 60-68, 2019.

MARTINEZ, A. L.; COELHO, M. L. B. Tax morals and the Brazilian citizen: an empirical study. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 17, n. 3, p. 607-622, 2019.

MCGEE, R. W.; BENK, S.; YÜZBA, B. Does Religiosity Affect Attitudes toward the Ethics of Tax Evasion? The Case of Turkey. **Religions**, v. 11, n. 476, p. 1–12, 2020.

MELLON, J. Trickle Down Tax Morale A Cross Country Survey Experiment. **Policy Research Working Papers**, World Bank, n. 9507, 2021.

MENGUC, B.; AUH, S.; OZANNE, L. The interactive effect of internal and external factors on a proactive environmental strategy and its influence on a firm's performance. **Journal of Business Ethics**, v. 94, n. 2, p. 279–298, 2010.

MEYER, J. W. Reflections on Institutional Theories of Organizations. Em: **SAGE. The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism**, p. 831–852, 2018.

MEYER, J. W.; ROWAN, B. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. **American Journal of Sociology**, v. 83, p. 40-363, 1977.

MICKIEWICZ, T. et al. To Pay or Not to Pay? Business Owners' Tax Morale: Testing a Neo-Institutional Framework in a Transition Environment. **Journal of Business Ethics**, v. 157, n. 1, p. 75–93, 2019.

MUSIMENTA, D. et al. Tax compliance of financial services firms: a developing economy perspective. **Journal of Money Laundering Control**, v. 22, n. 1, 2019.

NASCIMENTO, G. C.; RODRIGUES, V. J.; MEGLIORINI, E. Conceitos da teoria institucional: fonte propulsora de evolução para a gestão de desempenho. **VII Congresso Brasileiro de Custos**, p. 1–15, 2010.

NEMORE, F.; MORONE, A. Public spirit on immigration issues and tax morale in Italy: An empirical investigation. **Journal of Behavioral and Experimental Economics**, v. 81, p. 11–18, 2019.

NETSHAULU, T. The effects of tax morale on tax compliance in the mining. Dissertação (Mestrado em Tributação), University of Pretoria, 2016.

NIKULIN, D. Tax evasion, tax morale, and trade regulations: Company-level evidence from Poland. **Entrepreneurial Business and Economics Review**, v. 8, n. 1, p. 111-125, 2020.

NORTH, D. C. **Institutions, Institutional Change and Economic Performance**. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

NZIOKI, P. M.; PETER, O. R. Analysis of Factors Affecting Tax Compliance in Real Estate Sector: A Case of Real Estate Owners in Nakuru Town, Kenya. **Research Journal of Finance and Accounting**, v. 5, n. 11, p. 1–12, 2014.

OECD (org.). **Rethinking institutions for Development**. OECD Publishing, Development Centre, Paris, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1787/leo-2018-en>.

OECD (org.). **Tax Morale: What drives People and Businesses to pay**. OECD Publishing, Centre for Tax Policy and Administration, Paris, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1787/f3d8ea10-en>.

OECD (org.). **Tax Morale and Integrity in Developing Countries**. 2019. OECD Conference Centre Auditorium. Disponível em: <https://www.oecd.org/tax/tax-morale-and-integrity-in-developing-countries-march-2019.htm>. Acesso em: 05 nov. 2021.

OLADELE, R. et al. Tax Enforcement Tools and Tax Compliance in Ondo State, Nigeria. **Academic Journal of Interdisciplinary Studies**, v. 8, n. 2, p. 27–38, 2019.

OLIVER, C. Strategic Responses to Institutional Processes. **Academy of Management Review**, v. 16, n. 1, p. 145–179, 1991.

OSTAPENKO, N.; WILLIAMS, C. C. Determinants of entrepreneurs' views on the acceptability of tax evasion and the informal economy in Slovakia and Ukraine: An institutional asymmetry approach. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 28, n. 2–3, p. 275–289, 2016.

PACALDO, R. S.; FERRER, R. C. Determinants of tax morale using structural equation model (SEM). **DLSU Business and Economics Review**, v. 29, n. 2, p. 40–57, 2020.

PARLAUNGAN, G. The Tax Morale of Individual Taxpayers in Indonesia. Tese (Pós doutorado), Curtin University, Perth, 2017.

PECI, A. A nova teoria institucional em estudos organizacionais. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 4, n.1, p.1-12, 2006.

PECI, A.; VIEIRA, M. M. F.; CLEGG, S. R. A construção do “Real” e práticas discursivas: o poder nos processos de institucionaliz(ação). **Revista de Administração Contemporânea**, v. 10, n. 3, p. 51–71, 2006.

PETT, M. A.; LACKEY, N. R.; SULLIVAN, J. J. **Making sense of factor analysis: An overview of factor analysis**. SAGE Publications, 2003.

PUTNIŅŠ, T. J.; SAUKA, A. **Shadow economy index for Russia 2017-2018: comparison with the size of the shadow economies in Ukraine, Kyrgyzstan, Kosovo, Moldova, Romania, Latvia, Lithuania, Estonia and Poland**. Relatório Final. Stockholm School of Economics in Riga, 2020.

R CORE TEAM. R: A Language and environment for statistical computing. (V. 4.0) [Software], 2021. Disponível em: <https://cran.r-project.org>.

RAHMAN, A. Increasing Tax Morale by Reward and Punishment Mechanism to Support Green Economy and Sustainable Development in the Tax Sector. **ICIPSE (4th International Conference on Indonesian Social and Political Enquiries) 2019**, October 21-22. Anais, 2020.

RASHID, M. H. U. Taxpayer’s Attitude Towards Tax Evasion in a Developing Country. **International Journal of Applied Behavioral Economics**, v. 9, n. 2, p. 1–19, 2020.

RICHARDSON, G. Determinants of tax evasion: A cross-country investigation. **Journal of International Accounting, Auditing and Taxation**, v. 15, n. 2, p. 150-169, 2006.

RINGLE, C. M.; BECKER, J.-M.; WENDE, S. **A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)**. Sage Publications, 2014.

RINGLE, C. M.; DA SILVA, D.; BIDO, D. D. S. Modelagem de Equações Estruturais com Utilização do Smartpls. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 2, p. 56–73, 2014.

RODRÍGUEZ, V. M. C. Tax Morality in Latin America and Corruption as one of its Determinants. **Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales**, v. 60, n. 224, p. 103–132, 2015.

SARASA, C. P.; SARASA-PÉREZ, J. University Students’ Tax Morale: A Study of Gender Within the University of Alicante, Spain. **ICERI2016 (9th International Conference of Education, Research And Innovation)**, v. 1, p. 4594–4599, 2016.

SCHNEIDER, F. Size and development of the shadow economy in Germany, Austria and other OECD-countries: Some preliminary findings. **Revue économique**, v. 60, p. 1079-1116, 2009.

SCOTT, W. R. **Institutions and organizations: ideas and interests**. Sage Publications, 3rd edition, Los Angeles, 2008.

SEBELE-MPOFU, F. Y.; CHINODA, T. Tax Knowledge, Tax System Complexity Perceptions and Attitudes of the Commercial Sugarcane Farmers and Their Influence on Tax Compliance in the Lowveld Area, Zimbabwe. **International Journal of Innovative Science and Research Technology**, v. 4, n. 4, p. 407–418, 2019.

SHAFIKA, N.; FAKHRONI, Z. Antecedents and Determinants of Taxpayer's Perceptions of Tax Evasion Behavior. **Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan**, v. 10, n. 3, p. 553–571, 2020.

SHEPHERD, D. A. Researching the dark side, downside, and destructive side of entrepreneurship: it is the compassionate thing to do! **Academy of Management Discoveries**, v. 5, n. 3, p. 217–220, 2019.

SJOBORG, F. M. et al. Voice and Punishment: A Global Survey Experiment on Tax Morale. **Policy Research Working Paper**, World Bank, n. 8855, 2019.

SMETS, M. et al. Towards a Practice-Driven Institutionalism. Em: **SAGE. The Sage handbook of organizational institutionalism**. 2nd ed, p.384–411, 2017.

SROUR, R. H. **Poder cultura e ética nas organizações**. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 1998.

SUCHMAN, M. C. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. **The Academy of Management Review**, v. 20, n. 3, p. 571-610, 1995.

TAING, H. B.; CHANG, Y. Determinants of Tax Compliance Intention: Focus on the Theory of Planned Behavior. **International Journal of Public Administration, Routledge**, v. 44, n. 1, p. 62–73, 2020.

TAX JUSTICE NETWORK (org.). **Tax Justice & Human Rights: The 4 Rs and the realisation of rights**. Disponível em: <https://taxjustice.net/2021/07/06/tax-abuse-and-human-rights>. Acesso em: 05 nov. 2021.

TELEBRASIL. O Desempenho do Setor de Telecom 2020. Palestra apresentada em 13/05/2021. Disponível em: <https://www.contic.org.br/midias/o-desempenho-do-setor-de-telecomunicacoes-2020/>. Acesso em: 05 nov. 2021.

THE JAMOVİ PROJECT. Jamovi. (V. 2.2) [Software], 2021. Disponível em: <https://www.jamovi.org>.

TIMOTHY, J.; ABBAS, Y. Tax morale, perception of justice, trust in public authorities, tax knowledge, and tax compliance: a study of Indonesian SMEs. **eJournal of Tax Research**, v. 19, n. 1, p. 168–184, 2021.

TJONDRO, E. Individual Satisfaction and Tax Morale: The Perspective of Different Profession in Indonesia. **Journal of Public Administration and Governance**, v. 8, n. 2, 2018.

TOLBERT, P. S.; ZUCKER, L. G. The Institutionalization of Institutional Theory. Em: **Handbook of organization studies**, p. 175-190, 1996.

TORGLER, B. Speaking to theorists and searching for facts: Tax morale and tax compliance in experiments. **Journal of Economic Surveys**, v. 16, n. 5, p. 657–683, 2002.

TORGLER, B. Tax Morale and Institutions. **CREMA (Center for Research in Economics, Management and the Arts) Working Papers**, n. 2003-09, 2003.

TORGLER, B. et al. M. Causes and Consequences of Tax Morale: An Empirical Investigation. **Economic Analysis and Policy**, v. 38, n. 2, p. 313-339, 2008.

TORGLER, B.; SCHNEIDER, F. What shapes attitudes toward paying taxes? Evidence from multicultural European countries. **Social Science Quarterly**, v. 88, n. 2, p. 443–470, 2007.

VYTHELINGUM, P. et al. An assessment of tax morale among Mauritian taxpayers. **Journal of Accounting and Taxation**, v. 9 n. 1, p. 01-10, 2017.

VINCENT, O. The development of a scale to measure SMEs tax compliance in igeria: An adaptation of Fischer' s model. **Journal of Accounting and Taxation**, v. 13, p. 132–143, 2021.

WILLIAMS, C. C. Spatial variations in the hidden enterprise culture: Some lessons from England. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 22, n. 5, p. 403–423, 2010.

WILLIAMS, C. C. An Institutional Theory of Tax Non-Compliance in Bulgaria: A Tax Morale Approach. **Economic Alternatives**, n. 1, 2020.

WILLIAMS, C. C.; BEZEREDI, S. Explaining informal entrepreneurship in South-East Europe: A tax morale approach. **Eastern Journal of European Studies**, v. 9, n. 2, p. 47–68, 2018.

WILLIAMS, C. C.; HORODNIC, I. A. Evaluating the prevalence of the undeclared economy in Central and Eastern Europe: An institutional asymmetry perspective. **European Journal of Industrial Relations**, v. 21, n. 4, p. 389–406, 2015.

WILLIAMS, C. C.; HORODNIC, I. A. Evaluating the policy approaches for tackling undeclared work in the European Union. **Environment and Planning C: Politics and Space**, v. 35, n. 5, p. 916-936, 2017.

WILLIAMS, C. C.; KOSTA, B. Evaluating institutional theories of informal sector entrepreneurship: some lessons from Albania. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, v. 24, n. 2, p. 1–17, 2019.

WILLIAMS, C. C.; KRASNIQI, B. Evaluating the individual and country-level variations in tax morale: Evidence from 35 Eurasian countries. **Journal of Economic Studies**, v. 44, n. 5, p. 816–832, 2017.

WILLIAMS, C. C.; KRASNIQI, B. A. Beyond the formal / informal employment dualism: evaluating individual and country-level variations in the commonality of quasi-formal employment. **International Journal of Social Economics**, v. 48, 2021.

WOOTEN, M.; HOFFMAN, A. J. Organizational Fields Past, Present and Future. **SSRN Electronic Journal**, n. 1311, p. 1290-1308, 2016.

ZUCKER, L. G. Institutional theories of organization. **Annual review of sociology**, v. 13, p. 443–464, 1987.

APÊNDICE A - Questionário de Pesquisa

CÓDIGO	VARIÁVEL	ITENS DO QUESTIONÁRIO	REFERÊNCIA
CG1	CONFIANÇA NO GOVERNO	Em geral, o governo utiliza bem o dinheiro público.	Taing e Chang (2020)
CG2		Em geral, os bens e serviços públicos fornecidos pelo governo são bons.	Parlaugan (2017)
CG3		Os contribuintes são informados de como o dinheiro público é gasto pelo Governo.	Ching (2013)
CG4		O governo apoia os empreendedores.	Lozza et al. (2013)
CG5		O governo trata os empreendedores corretamente.	Lozza et al. (2013)
JT1	JUSTIÇA TRIBUTÁRIA	Pessoalmente, para mim, o sistema tributário é justo.	Güzel et al. (2019)
JT2		Os empreendedores pagam impostos de acordo com sua capacidade de pagamento.	Güzel et al. (2019)
JT3		A legislação tributária está ajustada para pagar impostos de maneira justa e correta.	Giray (2015)
JT4		A carga tributária é dividida igualmente entre os diferentes setores econômicos.	Giray (2015)
JT5		O Fisco tenta ser justo na aplicação e fiscalização da legislação tributária.	Giray (2015)
CO1	CORRUPÇÃO	Há muita corrupção nas ações do governo.	Rashid (2020)
CO2		Uma parte significativa do dinheiro arrecadado acaba no bolso de políticos corruptos.	Rashid (2020)
CO3		Há um alto nível de corrupção entre os funcionários públicos e o governo.	Rashid (2020)
CO4		Em geral, houve uma redução da corrupção nos últimos cinco anos.	Hernaiz (2014)
CO5		Uma empresa precisa pagar propina para não ser fiscalizada ou punida.	Alkhatib e Marya (2021)
RD1	RISCO DE DETECÇÃO	A probabilidade de minha empresa ser pega pelo Fisco é alta.	Rashid (2020)
RD2		O Fisco possui um sólido sistema de informática na detecção de fraudes tributárias.	Rashid (2020)
RD3		O número de auditores fiscais é suficiente para combater a sonegação (fiscalizar os contribuintes).	Helhel e Varshalomidze (2015)
RD4		O Fisco controla frequente e profundamente os empreendedores.	Lozza (2013)
RD5		Os auditores fiscais combatem os crimes tributários de forma eficiente.	Lozza (2013)
SP1	SEVERIDADE DAS PUNIÇÕES	Não pagar impostos pode afetar minha reputação.	Parlaugan (2017)
SP2		As taxas de penalidades (multas) são muito baixas e posso me dar ao luxo de pagá-las.	Nzioki e Peter (2014)
SP3		O Fisco impõe punições rigorosas quando os empreendedores não cumprem as leis tributárias.	Mangoting et al. (2019)
SP4		A penhora de bens do contribuinte como forma de penalidade diminui a sonegação.	Oladele et al. (2019)
SP5		As penalidades atuais são suficientes para fazer as pessoas obedecerem às leis tributárias.	Rashid (2020)
CT1	CARGA TRIBUTÁRIA	Se as alíquotas fossem reduzidas, os empreendedores estariam mais motivados a pagar impostos.	Ching (2013)
CT2		Eu ficaria motivado a pagar impostos se as alíquotas fossem reduzidas.	Ching (2013)
CT3		As atuais alíquotas de impostos podem impedir o crescimento econômico.	Vincent (2021)
CT4		As atuais alíquotas de impostos são altas em comparação com o potencial lucro das empresas.	Vincent (2021)
CT5		A carga tributária representa um custo significativo para o meu negócio.	Kuria e Omboi (2016)

CS1	COMPLEXIDADE DO SISTEMA TRIBUTÁRIO	As leis tributárias usam uma linguagem altamente técnica.	Borrego et al. (2016)	
CS2		As leis tributárias são muito extensas.	Borrego et al. (2016)	
CS3		As leis tributárias são complexas de entender para a maioria do público.	Kuria e Omboi (2016)	
CS4		O Fisco presta assistência técnica para tornar mais clara as leis tributárias.	Vincent (2021)	
CS5		Os empreendedores são obrigados a pagar um consultor para compreender as leis tributárias.	Shafika e Fakhroni (2020)	
EF1	EDUCAÇÃO FISCAL	Os fiscais devem realizar campanhas públicas para educar pessoas sobre as leis tributárias	Kuria e Omboi (2016)	
EF2		O Fisco nos informa sobre nossos direitos e obrigações por meio de TV, Rádio, jornais e revistas.	Abina et al. (2021)	
EF3		O governo toma medidas para educar os contribuintes sobre as leis tributárias no Brasil	Taing e Chang (2020)	
EF4		As auditorias fiscais realizada pelo Fisco têm como objetivo educar os contribuintes.	Alemu (2020)	
EF5		As informações tributárias disponíveis no site do governo são adequadas.	Vincent (2021)	
MT1	MORAL TRIBUTÁRIA	Pagar impostos é uma forma de ajudar no desenvolvimento do país.	Mangoting et al. (2019)	
MT2		Pagarei impostos mesmo que meus concorrentes não paguem.	Mangoting et al. (2019)	
MT3		Eu pago impostos voluntariamente.	Mangoting et al. (2019)	
MT4		O pagamento de impostos é um indicador de lealdade ao estado	Helhel e Varshalomidze (2015)	
MT5		A sonegação é um crime grave.	Timothy e Abbas (2021)	
MT6		Vou pagar impostos mesmo que não exista auditoria fiscal.	Augustine e Enyi (2020)	
MT7		Mesmo tendo a oportunidade de sonegar, não o farei.	Tjondro (2018)	
SEXO	SEXO	Feminino Masculino	Martinez e Coelho (2019)	
IDADE	IDADE	Menos de 20 anos. Entre 21 e 30 anos. Entre 31 e 40 anos Entre 41 e 50 anos. Entre 51 e 60 anos Mais de 60 anos.		
ESTADO CIVIL	ESTADO CIVIL	Solteiro(a) Casado(a) Divorciado(a) Viúvo(a) Não quero responder		
ESCOLARIDADE	ESCOLARIDADE	Ensino Fundamental Ensino médio Ensino superior Especialização Mestrado/doutorado		
RENDAFAMILIAR	RENDA	Menos de R\$ 5.000,00 Entre R\$ 5.000,00 e R\$ 10.000,00 Entre R\$ 10.000,00 e R\$ 15.000,00 Entre R\$ 15.000,00 e R\$ 20.000,00 Entre R\$ 20.000,00 e R\$ 25.000,00 Mais de R\$ 25.000,00		
SETOR	SETOR	Internet Banda Larga Rádio Televisão aberta e por assinatura		Williams e Bezeredi (2018)

		Telefonia Fixa e móvel Outro.
PORTE_ EMPRE GADOS	PORTE DA EMPRESA (NÚMERO DE EMPREGADOS)⁹	Empreendedor individual (MEI) Micro (1-9) Pequena (10-49) Médio e Grande (+50)
PORTE_ FATURA MENTO	PORTE DA EMPRESA (FATURAMENTO ANUAL)¹⁰	Até R\$ 100.000,00 Entre R\$ 100.000,00 e R\$ 500.000,00 Entre R\$ 500.000,00 e R\$1.000.000,00 Entre R\$ 1.000.000,00 e R\$ 2.500.000,00 Entre R\$ 2.500.000,00 e R\$ 5.000.000,00 Entre R\$ 5.000.000,00 e R\$ 10.000.000,00 Acima de R\$ 10.000.000,00
REGIME_ TRIBU TARIO	REGIME TRIBUTÁRIO	MEI Simples Nacional Regime Normal (Lucro Real) Regime Normal (Lucro Presumido)
TEMPO_ ATUAC AO	TEMPO DE ATUAÇÃO	Menos de 5 anos 6 a 10 anos 11 - 20 anos Mais de 20 anos
REGIÃO	ESTADO	Acre Alagoas Amapá Amazonas Bahia Ceará Distrito Federal Espírito Santo Goiás Maranhão Mato Grosso Mato Grosso do Sul Minas Gerais Pará Paraíba Paraná Pernambuco Piauí Rio de Janeiro Rio Grande do Norte Rio Grande do Sul Rondônia Roraima Santa Catarina São Paulo Sergipe Tocantins

⁹https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/MPE_conceito_empregados.pdf

¹⁰ <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/porte-de-empresa>

APÊNDICE B - Análise Bibliométrica

	Autores	Titulo	Ano
1	POMMEREHNE WW;HART A;FREY BS	Tax Morale, Tax Evasion And The Choice Of Policy Instruments In Different Political-Systems	1994
2	TORGLER B	Speaking To Theorists And Searching For Facts: Tax Morale And Tax Compliance In Experiments	2002
3	FELD LP;TYRAN JR	Tax Evasion And Voting: An Experimental Analysis	2002
4	TORGLER B	Tax Morale In Transition Countries	2003
5	TORGLER B	Direct Democracy Matters: Tax Morale And Political Participation	2003
6	TORGLER B	Tax Morale In Latin America	2005
7	BRAITHWAITE V;AHMED E	A Threat To Tax Morale: The Case Of Australian Higher Education Policy	2005
8	TORGLER B	A Knight Without A Sword? The Effects Of Audit Courts On Tax Morale	2005
9	GUTH W;LEVATI V;SAUSGRUBER R	Tax Morale And (De-)Centralization: An Experimental Study	2005
10	AHMED E;BRAITHWAITE V	Understanding Small Business Taxpayers - Issues Of Deterrence, Tax Morale, Fairness And Work Practice	2005
11	ALM J	Estimating The Determinants Of Tax Morale	2005
12	TORGLER B	The Importance Of Faith: Tax Morale And Religiosity	2006
13	ALM J;TORGLER B	Culture Differences And Tax Morale In The United States And In Europe	2006
14	RODRIGUEZ JP;SANZO PEREZ MJ;PANDIELLO JS	Economic Analysis Of Attitudes Towards Fiscal Fraud In Spain	2006
15	ALM J;MARTINEZ-VAZQUEZ J;TORGLER B	Russian Tax Morale In The 1990s	2006
16	YANG DE-QIAN YD;KUANG XIAO-PING KX	Credit, Tax Morale And Tax Compliance: Evidences From OECD Countries	2007
17	FREY BS;TORGLER B	Tax Morale And Conditional Cooperation	2007
18	TORGLER B;SCHNEIDER F	What Shapes Attitudes Toward Paying Taxes? Evidence From Multicultural European Countries	2007
19	MELO MA	Institutional Weakness And The Puzzle Of Argentina's Low Taxation	2007
20	LIMA FWS;ZAKLAN G	A Multi-Agent-Based Approach To Tax Morale	2008
21	HEINEMANN F	Is The Welfare State Self-Destructive? A Study Of Government Benefit Morale	2008
22	MUEHLBACHER S;KIRCHLER E;HOELZL E;ASHBY J;BERTI C;JOB J;KEMP S;PETERLIK U;ROLAND-LEVY C;WALDHERR K	Hard-Earned Income And Tax Compliance A Survey In Eight Nations	2008
23	MARTINEZ-VAZQUEZ J;TORGLER B	The Evolution Of Tax Morale In Modern Spain	2009
24	TORGLER B;SCHNEIDER F	The Impact Of Tax Morale And Institutional Quality On The Shadow Economy	2009
25	CUMMINGS RG;MARTINEZ-VAZQUEZ J;MCKEE B	Tax Morale Affects Tax Compliance: Evidence From Surveys And An Artefactual Field Experiment	2009
26	TORGLER B;FREY BS;WILSON C	Environmental And Pro-Social Norms: Evidence On Littering	2009
27	WILLIAMS CC	The Prevalence Of Envelope Wages In The Baltic Sea Region	2009
28	ERARD B	Tax Compliance And Tax Morale: A Theoretical And Empirical Analysis	2009
29	KANNIAINEN V;PAAKKONEN J	Do The Catholic And Protestant Countries Differ By Their Tax Morale?	2010
30	LAGO-PENAS I;LAGO-PENAS S	The Determinants Of Tax Morale In Comparative Perspective Evidence From European Countries	2010
31	TORGLER B;SCHNEIDER F;SCHALTEGGER CA	Local Autonomy, Tax Morale, And The Shadow Economy	2010
32	MARIA-DOLORES R;ALARCON G;ENCARNACION GARRE M	Tax Morale In Spain: A Study Into Some Of Its Principal Determinants	2010

33	TRAXLER C	Social Norms And Conditional Cooperative Taxpayers	2010
34	FELD LP;SCHNEIDER F	Survey On The Shadow Economy And Undeclared Earnings In Oecd Countries	2010
35	IBANEZ M;CARLSSON F	A Survey-Based Choice Experiment On Coca Cultivation	2010
36	WILLIAMS CC	Beyond The Formal/Informal Jobs Divide: Evaluating The Prevalence Of Hybrid 'Under-Declared' Employment In South-Eastern Europe	2010
37	WILLIAMS CC	Spatial Variations In The Hidden Enterprise Culture: Some Lessons From England	2010
38	BARONE G;MOCETTI S	Tax Morale And Public Spending Inefficiency	2011
39	HUG S;SPOERRI F	Referendums, Trust, And Tax Evasion	2011
40	LUBIAN D;ZARRI L	Happiness And Tax Morale: An Empirical Analysis	2011
41	SAEED A;SHAH A	Enhancing Tax Morale With Marketing Tactics: A Review Of Literature	2011
42	HEINEMANN F	Economic Crisis And Morale	2011
43	FERRER-I-CARBONELL A;GERXHANI K	Financial Satisfaction And (In)Formal Sector In A Transition Country	2011
44	SORENSEN JFL	Undeclared Work: A Dark Side Of Social Trust?	2011
45	HALLA M	Tax Morale And Compliance Behavior: First Evidence On A Causal Link	2012
46	TORGLER B	Tax Morale, Eastern Europe And European Enlargement	2012
47	CARLOS MOLERO J;PUJOL F	Walking Inside The Potential Tax Evader's Mind: Tax Morale Does Matter	2012
48	ALM J;MCCLELLAN C	Tax Morale And Tax Compliance From The Firm's Perspective	2012
49	FELD LP;LARSEN C	Self-Perceptions, Government Policies And Tax Compliance In Germany	2012
50	DONG B;DULLECK U;TORGLER B	Conditional Corruption	2012
51	MIGUEL FJ;NOGUERA JA;LLACER T;TAPIA E	Exploring Tax Compliance: An Agent-Based Simulation	2012
52	RUSSO FF	Tax Morale And Tax Evasion Reports	2013
53	KOUNTOURIS Y;REMOUNDOU K	Is There A Cultural Component In Tax Morale? Evidence From Immigrants In Europe	2013
54	DOERRENBURG P;PEICHL A	Progressive Taxation And Tax Morale	2013
55	TRUEDINGER EM;HILDEBRANDT A	Causes And Contexts Of Tax Morale: Rational Considerations, Community Orientations, And Communist Rule	2013
56	DAUDE C;GUTIERREZ H;MELCIUIZO A	What Drives Tax Morale? A Focus On Emerging Economies	2013
57	FILIPPIN A;FIORIO CV;VIVIANO E	The Effect Of Tax Enforcement On Tax Morale	2013
58	LEE D	How Does Social Capital Reduce The Size Of The Shadow Economy?	2013
59	HAIGNER SD;JENEWEIN S;SCHNEIDER F	Driving Forces Of Informal Labour Supply And Demand In Germany	2013
60	KAPLANOGLU G;RAPANOS VT	Tax And Trust: The Fiscal Crisis In Greece	2013
61	FISCHER JAV;TORGLER B	Do Positional Concerns Destroy Social Capital: Evidence From 26 Countries	2013
62	STAVROVA O;SCHLOESSER T;FETCHENHAUER D	Are Virtuous People Happy All Around The World? Civic Virtue, Antisocial Punishment, And Subjective Well-Being Across Cultures	2013
63	DYMSKI GA	The Crisis Of The Core Seen Through The Eyes Of The Periphery: A Schelling Model Of The Global-South Megacity And The European Crisis	2013
64	LLACER T;MIGUEL FJ;NOGUERA JA;TAPIA E	An Agent-Based Model Of Tax Compliance: An Application To The Spanish Case	2013
65	GIACHI S	Social Dimensions Of Tax Evasion: Trust And Tax Morale In Contemporary Spain	2014
66	LLACER T	Tax Resentment A Proposed Mechanism To Explain The Relationship Between Age And Tax Morale	2014

67	MOEHLMANN A	Persistence Or Convergence? The East-West Tax-Morale Gap In Germany	2014
68	LUTTMER EFP;SINGHAL M	Tax Morale	2014
69	YENICERI H;CEVIK S	Testing The Relationships Between Tax Morale, Socio-Political Interactions And Individual Values Through The Structural Equation Model	2014
70	DOERRENBERG P;DUNCAN D;FUEST C;PEICHL A	Nice Guys Finish Last: Do Honest Taxpayers Face Higher Tax Rates?	2014
71	ANTOCI A;RUSSU P;ZARRI L	Tax Evasion In A Behaviorally Heterogeneous Society: An Evolutionary Analysis	2014
72	MURSA GC;ISAN V;IFRIM M	Black Markets In Transition. The Case Of Eastern European Countries	2014
73	MITRAKOS P;BITZENIS A;KONTAKOS P	A Theoretical Analysis Of The Social And Political Factors Influencing Tax Compliance In Greece	2014
74	ARBEL Y;BAR-EL R;SINIVER E;TOBOL Y	Roll A Die And Tell A Lie - What Affects Honesty?	2014
75	HALLA M;SCHNEIDER FG	Taxes And Benefits: Two Options To Cheat On The State	2014
76	CULIBERG B;BAJDE D	Do You Need A Receipt? Exploring Consumer Participation In Consumption Tax Evasion As An Ethical Dilemma	2014
77	HARDECK I;HERTL R	Consumer Reactions To Corporate Tax Strategies: Effects On Corporate Reputation And Purchasing Behavior	2014
78	ABELER J;BECKER A;FALK A	Representative Evidence On Lying Costs	2014
79	COZMEI C;DOBRE F;SERBAN CE	The Variables That Affect Tax Compliance Within The Fiscal Game	2014
80	GOKSU GG;SAHPAZ KI	Comparison Of Tax Morale Of Turkish And Spanish Higher Education Students: The Samples Of Sakarya University And The University Of Zaragoza	2015
81	SARASA CP;SARASA-PEREZ J;MOYA-AUNON BA	Students' Tax Morale In Spanish Universities: Does Gender Matter?	2015
82	WILLIAMS CC;HORODNIC IA	Explaining And Tackling The Shadow Economy In Estonia, Latvia And Lithuania: A Tax Morale Approach	2015
83	BLAUFUS K;BRAUNE M;HUNDSDOERFER J;JACOB M	Self-Serving Bias And Tax Morale	2015
84	BRIZI A;GIACOMANTONIO M;SCHUMPE L	Intention To Pay Taxes Or To Avoid Them: The Impact Of Social Value Orientation	2015
85	SINGELNSTEIN T	Tax Evasion: Increased Morale, Fewer Trials, More Convictions?	2015
86	BITZENIS A;VLACHOS V;KONTAKOS P	Tax Compliance Games Methods And Evidence From Behavioural Dynamics In Greece	2015
87	WILLIAMS CC;HORODNIC IA	Tackling The Informal Economy In Southeast Europe: An Institutional Approach	2015
88	WILLIAMS CC;HORODNIC IA	Evaluating The Prevalence Of The Undeclared Economy In Central And Eastern Europe: An Institutional Asymmetry Perspective	2015
89	ANDRIANI L;SABATINI F	Trust And Prosocial Behaviour In A Process Of State Capacity Building: The Case Of The Palestinian Territories	2015
90	STRIELKOWSKI W;CABELKOVA I	Religion, Culture, And Tax Evasion: Evidence From The Czech Republic	2015
91	SOLANO GARCIA A	Tax Morale With Partisan Parties	2015
92	WILLIAMS CC;HORODNIC IA;WINDEBANK J	Explaining Participation In The Informal Economy: An Institutional Incongruence Perspective	2015
93	DUC HONG VO DHV;DAO THI-THIEU HA DTTH;THINH HUNG LY THL	Shadow Economy And Corruption In The Asean: Complement Or Substitute?	2015
94	ALARCON-GARCIA G;QUINONES-VIDAL E;SANCHEZ-MECA J	How Can Have An Influence To Be A Housewife On Women's Fiscal Awareness? The Case Of Spain	2015
95	KUOKSTIS V	Cooperating Estonians And "Exiting" Lithuanians: Trust In Times Of Crisis	2015
96	CASTRO L;SCARTASCINI C	Tax Compliance And Enforcement In The Pampas Evidence From A Field Experiment	2015
97	WILLIAMS CC;HORODNIC IA	Explaining And Tackling Envelope Wages In The Baltic Sea Region An Institutional Perspective	2015

98	LOPEZ LABORDA J;SANZ ARCEGA E	Reexamining Spaniard's Tax Morale	2016
99	CYAN MR;KOUMPIAS AM;MARTINEZ-VAZQUEZ J	The Determinants Of Tax Morale In Pakistan	2016
100	SARASA CP;SARASA-PEREZ J	University Students' Tax Morale: A Study Of Gender Within The University Of Alicante, Spain	2016
101	ANDRIANI L	Tax Morale And Prosocial Behaviour: Evidence From A Palestinian Survey	2016
102	WILLIAMS CC;FRANIC J	Beyond A Deterrence Approach Towards The Undeclared Economy: Some Lessons From Bulgaria	2016
103	DULLECK U;FOOKEN J;NEWTON C;RISTL M;TORGLER B	Tax Compliance And Psychic Costs: Behavioral Experimental Evidence Using A Physiological Marker	2016
104	BITZENIS A;VLACHOS V;SCHNEIDER F	An Exploration Of The Greek Shadow Economy: Can Its Transfer Into The Official Economy Provide Economic Relief Amid The Crisis?	2016
105	ALARCON GARCIA G;BUENDIA AZORIN JD;SANCHEZ DE LA;VEGA MM	The Rejection Of Tax Fraud In Spain: Before And After The Great Crisis	2016
106	ZIDKOVA H;TEPPEROVA J;HEIMAN K	How Do Opinions On Tax Evasion Relate To Shadow Economy And Vat Gap?	2016
107	ZIDKOVA H;TEPPEROVA J;HELMAN K	Tax Evasion Views - European Values Study Results	2016
108	KOGLER C;MITTONE L;KIRCHLER E	Delayed Feedback On Tax Audits Affects Compliance And Fairness Perceptions	2016
109	WILLIAMS CC;KRASNIQI B	Evaluating The Individual- And Country-Level Variations In Tax Morale Evidence From 35 Eurasian Countries	2017
110	GRUNDMANN S;LAMBSDORFF JG	How Income And Tax Rates Provoke Cheating - An Experimental Investigation Of Tax Morale	2017
111	WILLIAMS CC;HORODNIC IA	Tackling The Participation Of Europe's Rural Population In The Shadow Economy	2017
112	WILLIAMS CC;FRANIC J	Tackling The Illegitimate Under-Reporting Of Salaries In Southeast Europe: Some Lessons From A 2015 Survey In Bulgaria, Croatia And Fyr Macedonia	2017
113	WILLIAMS CC;HORODNIC IA	Evaluating The Policy Approaches For Tackling Undeclared Work In The European Union	2017
114	WILLIAMS CC;HORODNIC IA	Tackling The Informal Sector In East-Central Europe	2017
115	CASTANEDA RODRIGUEZ VM	The Equity Of The Tax System And Its Relation With Tax Morale. A Study For Latin America	2017
116	WILLIAMS CC;HORODNIC IA	Tackling The Urban Informal Economy: Some Lessons From A Study Of Europe's Urban Population	2017
117	WINDEBANK J;HORODNIC IA	Explaining Participation In Undeclared Work In France: Lessons For Policy Evaluation	2017
118	JACQUEMET N;LUCHINI S;MALEZIEUX JF	Is Tax Evasion A Personality Trait? An Empirical Evaluation Of Psychological Determinants Of "Tax Morale"	2017
119	CYAN MR;KOUMPIAS AM;MARTINEZ-VAZQUEZ J	The Effects Of Mass Media Campaigns On Individual Attitudes Towards Tax Compliance; Quasi-Experimental Evidence From Survey Data In Pakistan	2017
120	RAHMAN A	How Do Public Officials Perceive Themselves As Taxpayers? A Study Of Effect Of Modernized Tax Administration System, Tax Sanction, Tax Service, And Tax Morale On Tax Compliance Of Public Officials In Indonesia	2017
121	KRASNIQI BA;WILLIAMS CC	Explaining Individual- And Country-Level Variations In Unregistered Employment Using A Multi-Level Model: Evidence From 35 Eurasian Countries	2017
122	KUOKSTIS V	Economic Conditions And Tax Compliance: The Mediating Effect Of Trust	2017
123	WILLIAMS CC;HORODNIC IA	Evaluating The Illegal Employer Practice Of Under-Reporting Employees' Salaries	2017
124	PEREZ-MAGRO M;MARIA MILLAN-TAPIA J;MILLAN-TAPIA A;ROMAN-DIAZ C	The Underground Economy In Times Of Crisis: An Analysis Of Undeclared Work In Europe	2017
125	D'ATTOMA J	Divided Nation: The North-South Cleavage In Italian Tax Compliance	2017

126	HABIBOV N;CHEUNG A;AUCHYNNIKAVA A	Does Trust Increase Willingness To Pay Higher Taxes To Help The Needy?	2017
127	MARTINEZ-VAZQUEZ J;LAGO-PENAS S;SACCHI A	The Impact Of Fiscal Decentralization: A Survey	2017
128	BLAUFUS K;BOB J;OTTO PE;WOLF N	The Effect Of Tax Privacy On Tax Compliance - An Experimental Investigation	2017
129	VARGA J	Reducing The Tax Burden And Whitening The Economy In Hungary After 2010	2017
130	STARK JA;KIRCHLER E	Inheritance Tax Compliance - Earmarking With Normative Value Principles	2017
131	GAO R;CHAN APC;UTAMA WP;ZAHOOH H	Workers' Perceptions Of Safety Climate In International Construction Projects: Effects Of Nationality, Religious Belief, And Employment Mode	2017
132	HORODNIC IA	Tax Morale And Institutional Theory: A Systematic Review	2018
133	RODRIGUEZ-JUSTICIA D;THEILEN B	Education And Tax Morale	2018
134	BELMONTE A;DELL'ANNO R;TEOBALDELLI D	Tax Morale, Aversion To Ethnic Diversity, And Decentralization	2018
135	CAO J;ZHOU Y	Distribution Of Tax Morale: Evidence From Behavioral Experiments	2018
136	RUSSO FF	Reporting Tax Evasion	2018
137	WILLIAMS CC;BEZEREDI S	Explaining Informal Entrepreneurship In South-East Europe: A Tax Morale Approach	2018
138	GUERRA A;HARRINGTON B	Attitude-Behavior Consistency In Tax Compliance: A Cross-National Comparison	2018
139	BASBAY MM;ELGIN C;TORUL O	Socio-Demographics, Political Attitudes And Informal Sector Employment: A Cross-Country Analysis	2018
140	TODOR A	Romanians' Tax Compliance In A Comparative Perspective	2018
141	WILLIAMS CC;BEZEREDI S	An Institutional Theory Of Informal Entrepreneurship: Some Lessons From Fyr Macedonia	2018
142	MCGEE R;SHOPOVSKI J	The Ethics Of Tax Evasion: A Survey Of Law And Economics Students In The Republic Of Macedonia	2018
143	KIREENKO AP;NEVZOROVA EN;KIREYEVA AS;KHOROSHAVINA ES	Lab Experiment To Investigate Tax Compliance: The Case Of Future Taxpayers' Behavior In Russia And Belarus	2018
144	MALIK S;MIHM B;TIMME F	An Experimental Analysis Of Tax Avoidance Policies	2018
145	LOPEZ CASTELLANO F;MARIN SANCHEZ I	Institutional Quality, Taxation And Human Development: The Case Of Morocco	2018
146	KWOK BYS;YIP RWY	Is Tax Education Good Or Evil For Boosting Tax Compliance? Evidence From Hong Kong	2018
147	DJULIUS H	Strategies For Increasing Tax Revenue In Tourism Sector	2018
148	JUN BW;YOON SM	Taxpayer's Religiosity, Religion, And The Perceptions Of Tax Equity: Case Of South Korea	2018
149	CITRIN J;STOKER L	Political Trust In A Cynical Age	2018
150	HAMMILL M;PEDROSA-GARCIA JA	Reforming Tax Systems: Key Policy Considerations From South And South-West Asia	2018
151	GASPARENIENE L;REMEIKIENE R;GINEVICIUS R	Attitudes Of European Consumers Towards Digital Shadow Economy: Lithuanian And Spanish Cases	2018
152	LITTLEWOOD D;RODGERS P;YANG J	''The Price Is Different Depending On Whether You Want A Receipt Or Not': Examining The Purchasing Of Goods And Services From The Informal Economy In South-East Europe	2018
153	WILLIAMS CC;BEZEREDI S	Explaining And Tackling Under-Declared Employment In Fyr Macedonia: The Employers Perspective	2018
154	WILLIAMS CC;KRASNIQI B	Explaining Informal Sector Entrepreneurship In Kosovo: An Institutional Perspective	2018
155	ALARCON GARCIA G;BUENDIA AZORIN JD;DEL MAR;SANCHEZ DE LA VEGA M	Tax Evasion In Europe: An Analysis Based On Spatial Dependence	2018
156	MUNIR K;SULTAN M	Are Some Taxes Better For Growth In Pakistan? A Time Series Analysis	2018
157	BERDIEV AN;SAUNORIS JW	What Drives Entrepreneurs Underground? The Role Of Tax Morale	2019

158	BEJAKOVIC P;BEZEREDI S	Determinants Of Tax Morale In Croatia: An Ordered Logit Model	2019
159	JAHNKE B;WEISSER RA	How Does Petty Corruption Affect Tax Morale In Sub-Saharan Africa?	2019
160	OZDEMIR D;CELIK AK;BEDIR KARA S	Analyzing Factors Affecting Tax Morale Levels In Turkey Using Alternative Ordered Response Models	2019
161	NEMORE F;MORONE A	Public Spirit On Immigration Issues And Tax Morale In Italy: An Empirical Investigation	2019
162	CANUTO COELHO AF;WANDERLEY DANTAS DE OLIVEIRA JA	How To Fight Tax Evasion: Real Progressivity	2019
163	BRUNO RL	Tax Enforcement, Tax Compliance And Tax Morale In Transition Economies: A Theoretical Model	2019
164	BETHENCOURT C;KUNZE L	Tax Evasion, Social Norms, And Economic Growth	2019
165	MICKIEWICZ T;REBMAN A;SAUKA A	To Pay Or Not To Pay? Business Owners' Tax Morale: Testing A Neo-Institutional Framework In A Transition Environment	2019
166	MUSIMENTA D;NAIGAGA S;BANANUKA J;NAJJUMA MS	Tax Compliance Of Financial Services Firms: A Developing Economy Perspective	2019
167	RUTKAUSKAS V	Tax Morale And Public Sector Revenues In Baltic Countries	2019
168	JACQUEMET N;LUCHINI S;MALEZIEUX JF	A Psychometric Investigation Of The Personality Traits Underlying Individual Tax Morale	2019
169	HORODNIC IA;WILLIAMS CC	Evaluating Policy Approaches For Tackling Informal Entrepreneurship	2019
170	OLEXOVA C;SUDZINA F	Does Personality Influence Willingness To Pay Taxes?	2019
171	JOLODAR SYE;AHMADI M;IMANKHAN N	Presenting The Model Of Tax Compliance: The Role Of Social-Psychological Factors	2019
172	BORLEA SN;ACHIM MV;RUS AID	Behavioral Determinants Of Corruption. A Cross-Country Survey	2019
173	FRANIC J	Explaining Workers' Role In Illegitimate Wage Underreporting Practice: Evidence From The European Union	2019
174	FORTEZA A;NOBOA C	Perceptions Of Institutional Quality And Justification Of Tax Evasion	2019
175	VERBERNE J;ARENSEN R	Taxation And The Informal Business Sector In Uganda: An Exploratory Socio-Legal Study	2019
176	AREZZO MF;GUAGNANO G	Misclassification In Binary Choice Models With Sample Selection	2019
177	KOLM AS;LARSEN B	Underground Activities And Labour Market Performance	2019
178	ACHIM MV;BORLEA SN;GABAN LV;MIHAILA AA	The Shadow Economy And Culture: Evidence In European Countries	2019
179	BEJAKOVIC P;STEFANOV R	Characteristics Of Undeclared Work In Service Sector In Countries Of South East Europe	2019
180	D'ATTOMA J	What Explains The North-South Divide In Italian Tax Compliance? An Experimental Analysis	2019
181	KOUMPIAS AM;MARTINEZ-VAZQUEZ J	The Impact Of Media Campaigns On Tax Filing: Quasi-Experimental Evidence From Pakistan	2019
182	BRINK WD;LEE LS;PYZOHA JS	Values Of Participants In Behavioral Accounting Research: A Comparison Of The M-Turk Population To A Nationally Representative Sample	2019
183	DE VILLIERS M;NIENABER SG	The Differential Impact Of Co2 Penalties, Co2 Incentives And Information Policies On Consumer Behaviour When Purchasing A New Motor Vehicle	2019
184	YIALLOUROU K	The Limitations Of The Vat Gap Measurement	2019
185	WILLIAMS CC;KOSTA B	Evaluating Institutional Theories Of Informal Sector Entrepreneurship: Some Lessons From Albania	2019
186	KOESSLER AK;TORGLER B;FELD LP;FREY BS	Commitment To Pay Taxes: Results From Field And Laboratory Experiments	2019
187	GONZALEZ-VASCO C;JESUS DELGADO-RODRIGUEZ M;DE;LUCAS-SANTOS S	Tax Compliance And Wellbeing: An Analysis With A Global Perspective	2019
188	LARSEN LB	What Tax Morale? A Moral Anthropological Stance On A Failed Cooperative Compliance Initiative	2019
189	MOLODYKH V	Are Russian Students Ready To Be Law-Abiding Taxpayers? Tax	2019

		Morality Issues	
190	JAMES S;MCGEE RW;BENK S;BUDAK T	How Seriously Do Taxpayers Regard Tax Evasion? A Survey Of Opinion In England	2019
191	KEMME DM;PARIKH B;STEIGNER T	Tax Morale And International Tax Evasion	2020
192	DI GIOACCHINO D;FICHERA D	Tax Evasion And Tax Morale: A Social Network Analysis	2020
193	DOGAN BS;SECILMIS IE	The Evolution Of Tax Morale In Turkey	2020
194	CRNOGORAC M;LAGO-PENAS S	Determinants Of Tax Morale In Former Yugoslavian Countries	2020
195	SEBELE-MPOFU FY	Governance Quality And Tax Morale And Compliance In Zimbabwe's Informal Sector	2020
196	MARTINEZ-VAZQUEZ J;SANZ-ARCEGA E	Can Pre-Populated Tax Returns Enhance Tax Compliance? The Effects Of The Spanish Renta Web Initiative From A Sociology Of Taxation Perspective	2020
197	MARE M;MOTRONI A;PORCELLI F	How Family Ties Affect Trust, Tax Morale And Underground Economy	2020
198	NIKULIN D	Tax Evasion, Tax Morale, And Trade Regulations: Company-Level Evidence From Poland	2020
199	ENGEL C;MITTONE L;MORREALE A	Tax Morale And Fairness In Conflict An Experiment	2020
200	FUENTES-CONTRERAS R;MUNGARAY-LAGARDA M	Tax Morale And Social Business In Mexico	2020
201	RAMIREZ ZAMUDIO A;NOLAZCO CAMA JL	Assessment Of Fiscal Effort And Voluntary Tax Compliance In Peru	2020
202	KAYAOGLU A;WILLIAMS CC	Explaining Tax Non-Compliance From A Neo-Institutionalist Perspective: Some Lessons From A Public Opinion Survey In Turkey	2020
203	FRANIC J	Repression, Voluntary Compliance And Undeclared Work In A Transition Setting: Some Evidence From Poland	2020
204	CASTANEDA N;DOYLE D;SCHWARTZ C	Opting Out Of The Social Contract: Tax Morale And Evasion	2020
205	LOPEZ-PEREZ R;RAMIREZ-ZAMUDIO A	An Experimental Test Of Two Policies To Increase Donations To Public Projects	2020
206	BERITELLI P;REINHOLD S;LAESSER C	Logics Behind Evading Overnight Taxes: A Configurational Analysis	2020
207	BOTT KM;CAPPELEN AW;SORENSEN B	You've Got Mail: A Randomized Field Experiment On Tax Evasion	2020
208	ALARCON-GARCIA G;BUENDIA AZORIN JD;SANCHEZ DE LA;VEGA MDM	Shadow Economy And National Culture: A Spatial Approach	2020
209	MONTALVO JG;PIOLATTO A;RAYA J	Transaction-Tax Evasion In The Housing Market	2020
210	BERENS S	Opting For Exit: Informalization, Social Policy Discontent, And Lack Of Good Governance	2020
211	BETHENCOURT C;KUNZE L	Social Norms And Economic Growth In A Model With Labor And Capital Income Tax Evasion	2020
212	GANGL K;TORGLER B	How To Achieve Tax Compliance By The Wealthy: A Review Of The Literature And Agenda For Policy	2020
213	FRANIC J	Why Workers Engage In Quasi-Formal Employment? Some Lessons From Croatia	2020
214	MASON PD;UTKE S;WILLIAMS BM	Why Pay Our Fair Share? How Perceived Influence Over Laws Affects Tax Evasion	2020
215	GARCIA F;OPROMOLLA LD;VEZZULLI R	The Effects Of Official And Unofficial Information On Tax Compliance	2020
216	WILLIAMS C	Evaluating Public Administration Approaches Towards Tax Non-Compliance In Europe	2020
217	ARENDT L;GRABOWSKI W;KUKULAK-DOLATA I	County-Level Patterns Of Undeclared Work: An Empirical Analysis Of A Highly Diversified Region In The European Union	2020
218	WEBB A;MCQUAID R;RAND S	Employment In The Informal Economy: Implications Of The Covid-19 Pandemic	2020
219	MCCULLOCH N;MOERENHOUT T;YANG J	Building A Social Contract? Understanding Tax Morale In Nigeria	2021

220	KOUAME WAK	Trust To Pay? Tax Morale And Trust In Africa	2021
221	KOUMPIAS AM;LEONARDO G;MARTINEZ-VAZQUEZ J	Trust In Government Institutions And Tax Morale	2021
222	NADIROV O;ALIYEV K;DEHNING B;SHARIFZADA I;ALIYEVA R	Life Satisfaction And Tax Morale In Azerbaijan: Mediating Role Of Institutional Trust And Financial Satisfaction	2021
223	FOTIADIS K;CHATZOGLOU P	Tax Morale: Direct And Indirect Paths Between Trust Factors: Empirical Evidence From Greece	2021
224	MAURICIO CASTANEDA V	Tax Equity And Its Association With Fiscal Morale	2021
225	DEGLAIRE E;DALY P;LE LEC F	Exposure To Tax Dilemmas Deteriorate Individuals' Self-Declared Tax Morale	2021
226	DE NEVE JE;IMBERT C;SPINNEWIJN T;LUTS M	How To Improve Tax Compliance? Evidence From Population-Wide Experiments In Belgium	2021
227	TAING HB;CHANG Y	Determinants Of Tax Compliance Intention: Focus On The Theory Of Planned Behavior	2021
228	CAPASSO S;CICATIELLO L;DE SIMONE GL;MOURAO PR	Fiscal Transparency And Tax Ethics: Does Better Information Lead To Greater Compliance?	2021
229	WILLIAMS CC;HORODNIC IA	Tackling Undeclared Work In Central And East Europe: An Evaluation Of Competing Public Sector Management Approaches	2021
230	RYSAVA T;ZIDKOVA H	What Are The Factors Of Tax Evasion? New Findings In The Evs Study	2021
231	HASSAN IE;NAEEM A;GULZAR S	Voluntary Tax Compliance Behavior Of Individual Taxpayers In Pakistan	2021
232	TIMOTHY J;ABBAS Y	Tax Morale, Perception Of Justice, Trust In Public Authorities, Tax Knowledge, And Tax Compliance: A Study Of Indonesian Smes	2021
233	FORTEZA A;NOBOA C	Tolerance Of Tax Evasion	2021
234	RUIZ DE ZUAZU MG;GUTIERREZ MORENO P	Well-Being, Taxation And Public Opinion. An Unsatisfied Citizenship: The Case Of Mexico	2021
235	SHARMA A;SHARMA P;SINGH J	Analysing The Dynamics Of Tax Attitude: A Study Of Potential Taxpayers	2021
236	LAMANTIA F;PEZZINO M	Social Norms And Evolutionary Tax Compliance	2021
237	HARTIKAYANTI HN;ILYAS R;SIREGAR IW	Determinants Of Compliance Property Taxpayers: Analysis With Structural Equation Model	2021
238	BARAK-CORREN N;KARIV-TEITELBAUM Y	Behavioral Responsive Regulation: Bringing Together Responsive Regulation And Behavioral Public Policy	2021
239	IANC NB;BAUDASSE T	How Can Culture Affect Taxation? A Postmaterialism Value Approach	2021
240	SANTORO F	To File Or Not To File? Another Dimension Of Tax Compliance - The Eswatini Taxpayers' Survey	2021
241	LOPEZ-LABORDA J;VALLES-GIMENEZ J;ZARATE-MARCO A	Personal Income Tax Compliance At The Regional Level: The Role Of Persistence, Neighborhood, And Decentralization	2021
242	HORODNIC IA;WILLIAMS CC;MAXIM A;STOIAN IC;TUGULEA OC;HORODNIC A	Knowing And Unknowing Purchases Of Undeclared Healthcare Goods And Services: The Role Of Vertical And Horizontal Trust	2021
243	WILLIAMS CC	Evaluating Entrepreneurs' Motives For Participating In The Informal Sector In Europe	2021
244	WILLIAMS CC;OZ-YALAMAN G	Re-Theorising Participation In Undeclared Work In The European Union: Lessons From A 2019 Eurobarometer Survey	2021
245	VINCENT O	Assessing Smes Tax Non-Compliance Behaviour In Sub-Saharan Africa (Ssa): An Insight From Nigeria	2021
246	MOGOLLON M;ORTEGA D;SCARTASCINI C	Who's Calling? The Effect Of Phone Calls And Personal Interaction On Tax Compliance	2021
247	BLAIR RA;ROESSLER P	Foreign Aid And State Legitimacy Evidence On Chinese And Us Aid To Africa From Surveys, Survey Experiments, And Behavioral Games	2021
248	WILLIAMS C;OZ-YALAMAN G	Explaining Different Types Of Undeclared Work: Lessons From A 2019 Eurobarometer Survey	2021
249	WILLIAMS C;KRASNIQI B	Beyond The Formal/Informal Employment Dualism: Evaluating Individual - And Country-Level Variations In The Commonality Of Quasi-Formal Employment	2021

250	HORODNIC IA;WILLIAMS CC	Tackling Undeclared Work In The European Union: Beyond The Rational Economic Actor Approach	2022
251	DAR SS;SAHU S	The Effect Of Language On Financial Inclusion*	2022
252	FADZIL FNM;AZMI AC	Establishing Factors Affecting The Tax Morale Of Individuals Working In The Gig Economy	
253	FOTIADIS K;CHATZOGLOU P	The Tax Morale Of Exhausted Taxpayers. The Case Of Greece	
254	SEBELE-MPOFU FY	The Informal Sector, The ``Implicit" Social Contract, The Willingness To Pay Taxes And Tax Compliance In Zimbabwe	
255	ANDERSON JE	Attitudes And Responses To Corruption In Tax Systems: Peer Effects And Social Influences In Transition Countries	
256	RODRIGUEZ-JUSTICIA D;THEILEN B	Immigration And Tax Morale: The Role Of Perceptions And Prejudices	
257	LISI G	Can Rewards Foster Honest Tax Behaviors?	
258	ROSSEL L;UNGER B;FERWERDA J	Shedding Light Inside The Black Box Of Implementation: Tax Crimes As A Predicate Crime For Money Laundering	
259	WILLIAMS CC;KAYAOGLU A	Revisiting The Undeclared Service Economy As A Dual Labour Market: Lessons From A 2019 Eurobarometer Survey	
260	KNECHEL WR;MINTCHIK N	Do Personal Beliefs And Values Affect An Individual's ``Fraud Tolerance"? Evidence From The World Values Survey	
261	FRANIC J;CICHOCKI S	Envelope Wages As A New Normal? An Insight Into A Pool Of Prospective Quasi-Formal Workers In The European Union (Eu)	
262	SILUPU B;USERO B;MONTORO-SANCHEZ A	The Transition Toward The Business Formality Of The Peruvian Mses: How Does The Perception Of Entrepreneurs And The Sector Influence?	

APÊNDICE C - Análise de Componentes Principais

CONFIANÇA NO GOVERNO (TODOS) > MANTER TODOS!			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
CG5	0.857	0.266	
CG1	0.843	0.290	
CG4	0.833	0.307	
CG2	0.832	0.307	
CG3	0.735	0.460	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	3.37	67.4	67.4
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
425	10	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.837		
CG1	0.824		
CG2	0.825		
CG3	0.928		
CG4	0.823		
CG5	0.820		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	3.369	67.38	67.4
2	0.562	11.23	78.6
3	0.535	10.71	89.3
4	0.275	5.50	94.8
5	0.259	5.18	100.0
CONCLUSÃO: MANTER TODOS!			

JUSTIÇA TRIBUTÁRIA (TODOS)			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
JT3	0.914	0.165	
JT4	0.838	0.298	
JT2	0.806	0.351	
JT5	0.780	0.391	
JT1	0.761	0.421	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	3.37	67.5	67.5
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
430	10	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.845		
JT1	0.846		
JT2	0.911		
JT3	0.778		
JT4	0.829		
JT5	0.913		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	3.374	67.47	67.5
2	0.568	11.37	78.8
3	0.462	9.23	88.1
4	0.397	7.95	96.0
5	0.199	3.98	100.0
CONCLUSÃO: MANTER TODOS!			

CORRUPÇÃO (TODOS)			
Component Loadings			
	Component		Uniqueness
	1	2	
CO1	0.891		0.1892
CO3	0.886		0.2078
CO2	0.884		0.2148
CO4	0.549	-0.312	0.6016
CO5		0.944	0.0831
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	2.69	53.7	53.7
2	1.02	20.3	74.1
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
318	10	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.752		
CO1	0.758		
CO2	0.738		
CO3	0.763		
CO4	0.784		
CO5	0.522		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	2.686	53.73	53.7
2	1.017	20.34	74.1
3	0.784	15.68	89.8
4	0.276	5.52	95.3
5	0.236	4.73	100.0
CONCLUSÃO: POSSIVEL RETIRADA DE CO5!			

CORRUPÇÃO (CO1 A CO4)			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
CO1	0.897	0.196	
CO3	0.883	0.220	
CO2	0.882	0.222	
CO4	0.554	0.693	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	2.67	66.7	66.7
Bartlett's Test of Sphericity			
X²	df	p	
312	6	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.758		
CO1	0.770		
CO2	0.732		
CO3	0.764		
CO4	0.781		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	2.670	66.74	66.7
2	0.808	20.21	86.9
3	0.286	7.14	94.1
4	0.236	5.91	100.0
CONCLUSÃO: POSSÍVEL RETIRADA DE CO5!			

CORRUPÇÃO (S/ CO4)			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
CO2	0.914	0.165	
CO3	0.909	0.174	
CO1	0.882	0.222	
CO5		0.964	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	2.47	61.9	61.9
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
283	6	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.737		
CO1	0.764		
CO2	0.726		
CO3	0.737		
CO5	0.508		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	2.474	61.86	61.9
2	0.991	24.77	86.6
3	0.294	7.35	94.0
4	0.241	6.02	100.0
CONCLUSÃO: CO5 NÃO SE AGRUPA! MANTER CO1 A CO4!			

CORRUPÇÃO (S/ CO4 E CO5)			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
CO2	0.914	0.164	
CO3	0.907	0.177	
CO1	0.891	0.206	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	2.45	81.8	81.8
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
277	3	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.745		
CO1	0.781		
CO2	0.720		
CO3	0.738		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	2.453	81.77	81.8
2	0.306	10.20	92.0
3	0.241	8.03	100.0
CONCLUSÃO: EMBORA TENHA MELHORADO A VARIÂNCIA, RECOMENDA-SE PARCIMÔNIA NA EXCLUSÃO! MANTER CO1 A CO4!			

RISCO DE DETECÇÃO (RD1 A RD5)			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
RD4	0.828	0.314	
RD5	0.719	0.483	
RD3	0.689	0.525	
RD2	0.660	0.565	
RD1	0.516	0.733	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	2.38	47.6	47.6
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
165	10	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.722		
RD1	0.758		
RD2	0.733		
RD3	0.696		
RD4	0.699		
RD5	0.758		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	2.380	47.59	47.6
2	0.887	17.73	65.3
3	0.806	16.13	81.5
4	0.520	10.40	91.9
5	0.407	8.14	100.0
CONCLUSÃO: POSSÍVEL RETIRADA RD1!			

RISCO DE DETECÇÃO (S/ RD1)				
Component Loadings				
	Component			
	1	Uniquenes	s	
RD4	0.826	0.317		
RD5	0.761	0.421		
RD3	0.717	0.487		
RD2	0.657	0.568		
Note. 'none' rotation was used				
Summary				
	Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
	1	2.21	55.2	55.2
Bartlett's Test of Sphericity				
	χ^2	df	p	
	140	6	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy				
	MSA			
Overall	0.697			
RD2	0.702			
RD3	0.666			
RD4	0.674			
RD5	0.757			
Eigenvalues				
Initial Eigenvalues				
	Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
	1	2.207	55.2	55.2
	2	0.819	20.5	75.6
	3	0.558	14.0	89.6
	4	0.416	10.4	100.0
CONCLUSÃO: EMBORA TENHA MELHORADO A VARIÂNCIA, RECOMENDA-SE PARCIMÔNIA NA EXCLUSÃO! MANTER TODOS!				

RISCO DE DETECÇÃO (S/ RD1 E RD2)			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
RD4	0.843	0.289	
RD3	0.802	0.357	
RD5	0.750	0.437	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	1.92	63.9	63.9
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
98.1	3	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.658		
RD3	0.655		
RD4	0.623		
RD5	0.719		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	1.917	63.9	63.9
2	0.633	21.1	85.0
3	0.450	15.0	100.0
CONCLUSÃO: EMBORA TENHA MELHORADO A VARIÂNCIA, RECOMENDA-SE PARCIMÔNIA NA EXCLUSÃO! MANTER TODOS!			

SEVERIDADE DAS PUNIÇÕES (SP1 A SP5)			
Component Loadings			
	Component		Uniqueness
	1	2	
SP5	0.799		0.279
SP3	0.629	0.413	0.435
SP1	0.354		0.793
SP4	0.524	-0.700	0.235
SP2	0.385	0.614	0.475
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	1.58	31.6	31.6
2	1.20	24.0	55.7
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
58.3	10	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.502		
SP1	0.660		
SP2	0.581		
SP3	0.522		
SP4	0.448		
SP5	0.494		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	1.582	31.6	31.6
2	1.202	24.0	55.7
3	0.934	18.7	74.3
4	0.778	15.6	89.9
5	0.505	10.1	100.0
CONCLUSÃO: OS ITENS SE AGRUPAM EM 2 COMPONENTES, OS QUAIS POSSUEM VARIÂNCIA BAIXA, SENDO NECESSÁRIO TESTAR EXCLUSÃO ITEM A ITEM.			

SEVERIDADE DAS PUNIÇÕES (S/ SP1)			
Component Loadings			
	Component		Uniqueness
	1	2	
SP5	0.840		0.258
SP3	0.606	0.488	0.395
SP2	0.356	0.686	0.402
SP4	0.577	-0.660	0.231
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	1.53	38.3	38.3
2	1.18	29.5	67.8
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
54.3	6	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.485		
SP5	0.485		
SP3	0.503		
SP4	0.447		
SP2	0.559		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	1.533	38.3	38.3
2	1.181	29.5	67.8
3	0.780	19.5	87.3
4	0.507	12.7	100.0
CONCLUSÃO: CONTINUA DIVISÃO EM 2 COMPONENTES, COM BAIXA VARIÂNCIA!			

SEVERIDADE DAS PUNIÇÕES (S/ SP2)			
Component Loadings			
	Component		
	1	2	Uniqueness
SP5	0.837		0.272
SP4	0.650	-0.575	0.248
SP1	0.322	0.622	0.509
SP3	0.551	0.566	0.376
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	1.53	38.2	38.2
2	1.07	26.6	64.9
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
48.2	6	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.471		
SP5	0.481		
SP3	0.446		
SP4	0.456		
SP1	0.618		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	1.529	38.2	38.2
2	1.065	26.6	64.9
3	0.898	22.4	87.3
4	0.508	12.7	100.0
CONCLUSÃO: CONTINUA DIVISÃO EM 2 COMPONENTES, COM BAIXA VARIÂNCIA!			

SEVERIDADE DAS PUNIÇÕES (S/ SP3)			
Component Loadings			
	Component		Uniqueness
	1	2	
SP5	0.836		0.301
SP4	0.785	-0.359	0.254
SP2		0.794	0.340
SP1		0.576	0.594
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	1.42	35.5	35.5
2	1.09	27.3	62.8
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
34.2	6	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.471		
SP5	0.481		
SP4	0.474		
SP1	0.611		
SP2	0.364		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	1.420	35.5	35.5
2	1.092	27.3	62.8
3	0.923	23.1	85.8
4	0.566	14.2	100.0
CONCLUSÃO: CONTINUA DIVISÃO EM 2 COMPONENTES, COM BAIXA VARIÂNCIA!			

SEVERIDADE DAS PUNIÇÕES (S/ SP4)			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
SP3	0.754	0.431	
SP5	0.657	0.568	
SP2	0.560	0.687	
SP1	0.419	0.825	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	1.49	37.2	37.2
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
26.5	6	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.588		
SP5	0.577		
SP1	0.667		
SP2	0.634		
SP3	0.562		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	1.489	37.2	37.2
2	0.941	23.5	60.8
3	0.886	22.2	82.9
4	0.683	17.1	100.0
CONCLUSÃO: OS ITENS SE AGRUPARAM! POSSÍVEL RETIRADA SP1!			

SEVERIDADE DAS PUNIÇÕES (S/ SP1 e SP4)			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
SP3	0.773	0.402	
SP5	0.699	0.511	
SP2	0.581	0.663	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	1.42	47.5	47.5
Assumption Checks			
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
22.6	3	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
		MAS	
Overall		0.559	
SP5		0.556	
SP2		0.607	
SP3		0.541	
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	1.424	47.5	47.5
2	0.888	29.6	77.1
3	0.687	22.9	100.0
CONCLUSÃO: VARIÂNCIA MELHORADA! MANTER SP2, SP3 E SP5!			

MORAL TRIBUTÁRIA (TODOS)			
Component Loadings			
	Component		Uniqueness
	1	2	
MT6	0.733	-0.468	0.244
MT3	0.689	0.314	0.426
MT7	0.679	-0.487	0.302
MT2	0.639		0.575
MT5	0.626		0.594
MT1	0.608	0.421	0.454
MT4	0.573	0.624	0.282
Note: 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	2.97	42.5	42.5
2	1.15	16.4	58.9
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
284	21	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.750		
MT1	0.801		
MT2	0.866		
MT3	0.741		
MT5	0.788		
MT6	0.681		
MT7	0.742		
MT4	0.702		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	2.972	42.46	42.5
2	1.151	16.45	58.9
3	0.772	11.03	69.9
4	0.736	10.51	80.4
5	0.549	7.84	88.3
6	0.500	7.14	95.4
7	0.320	4.58	100.0
CONCLUSÃO: DIVISÃO EM 2 COMPONENTES, COM BAIXA VARIÂNCIA!			

MORAL TRIBUTÁRIA (S/ MT3)			
Component Loadings			
	Component		Uniqueness
	1	2	
MT6	0.752	-0.443	0.239
MT7	0.723	-0.431	0.292
MT5	0.669		0.552
MT2	0.665		0.556
MT1	0.603	0.548	0.336
MT4	0.511	0.641	0.328
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	2.60	43.4	43.4
2	1.09	18.2	61.6
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
209	15	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.736		
MT1	0.731		
MT2	0.831		
MT5	0.778		
MT7	0.707		
MT4	0.746		
MT6	0.680		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	2.602	43.37	43.4
2	1.094	18.24	61.6
3	0.754	12.56	74.2
4	0.637	10.61	84.8
5	0.549	9.15	93.9
6	0.365	6.08	100.0
CONCLUSÃO: CONTINUA DIVISÃO EM 2 COMPONENTES, COM BAIXA VARIÂNCIA!			

MORAL TRIBUTÁRIA (S/ MT7)			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
MT3	0.730	0.468	
MT6	0.663	0.560	
MT1	0.661	0.563	
MT4	0.642	0.588	
MT5	0.637	0.594	
MT2	0.626	0.609	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	2.62	43.7	43.7
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
201	15	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.718		
MT1	0.784		
MT2	0.814		
MT5	0.718		
MT4	0.690		
MT6	0.649		
MT3	0.704		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	2.619	43.65	43.7
2	0.989	16.48	60.1
3	0.745	12.42	72.5
4	0.735	12.26	84.8
5	0.530	8.84	93.6
6	0.381	6.36	100.0
CONCLUSÃO: OS ITENS SE AGRUPAM! POSSÍVEL RETIRADA MT4 (MENOR CARGA NO MODELO COMPLETO COM TODOS INDICADORES)			

MORAL TRIBUTÁRIA (S/ MT4)			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
MT6	0.788	0.379	
MT7	0.728	0.471	
MT2	0.659	0.565	
MT3	0.642	0.588	
MT5	0.640	0.590	
MT1	0.572	0.673	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	2.73	45.6	45.6
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
224	15	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
		MSA	
Overall		0.749	
MT1		0.720	
MT2		0.843	
MT3		0.788	
MT6		0.691	
MT7		0.734	
MT5		0.778	
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	2.733	45.55	45.6
2	0.919	15.31	60.9
3	0.765	12.75	73.6
4	0.698	11.64	85.3
5	0.543	9.06	94.3
6	0.341	5.68	100.0
CONCLUSÃO: OS ITENS SE AGRUPAM! EXCLUIR MT4!			

MORAL TRIBUTÁRIA (S/ MT1)			
Component Loadings			
	Component		Uniqueness
	1	2	
MT6	0.786	-0.351	0.260
MT7	0.723	-0.404	0.315
MT3	0.684	0.470	0.311
MT2	0.642		0.577
MT5	0.625		0.595
MT4	0.534	0.728	0.185
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	2.70	44.9	44.9
2	1.06	17.7	62.6
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
235	15	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.715		
MT2	0.862		
MT3	0.692		
MT6	0.674		
MT7	0.727		
MT5	0.784		
MT4	0.617		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	2.696	44.93	44.9
2	1.062	17.69	62.6
3	0.760	12.66	75.3
4	0.657	10.95	86.2
5	0.502	8.37	94.6
6	0.324	5.40	100.0
CONCLUSÃO: DIVISÃO EM 2 COMPONENTES, COM BAIXA VARIÂNCIA!			

MORAL TRIBUTÁRIA (S/ MT6)			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
MT3	0.709	0.497	
MT1	0.683	0.533	
MT4	0.664	0.559	
MT2	0.646	0.583	
MT5	0.603	0.637	
MT7	0.599	0.641	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	2.55	42.5	42.5
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
174	15	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
			MSA
Overall			0.764
MT2			0.778
MT3			0.752
MT7			0.738
MT5			0.813
MT4			0.722
MT1			0.799
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	2.550	42.50	42.5
2	0.979	16.31	58.8
3	0.771	12.85	71.7
4	0.671	11.19	82.9
5	0.545	9.08	91.9
6	0.483	8.06	100.0
CONCLUSÃO: OS ITENS SE AGRUPAM, PORÉM, VARIÂNCIA MENOR! EXCLUIR MT4! MANTER MT1, MT2, MT3, MT5, MT6 E MT7.			

COMPLEXIDADE DO SISTEMA (TODOS)			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
CS2	0.906	0.179	
CS3	0.850	0.278	
CS1	0.817	0.332	
CS5	0.794	0.370	
CS4	-0.332	0.889	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	2.95	59.0	59.0
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
344	10	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.802		
CS1	0.794		
CS2	0.738		
CS3	0.820		
CS4	0.921		
CS5	0.878		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	2.952	59.03	59.0
2	0.928	18.56	77.6
3	0.515	10.30	87.9
4	0.388	7.76	95.6
5	0.218	4.36	100.0
CONCLUSÃO: POSSÍVEL EXCLUSÃO DE CS4 (CARGA NEGATIVA E BAIXA)			

COMPLEXIDADE DO SISTEMA (S/ CS4)				
Component Loadings				
	Component			
	1	Uniqueness		
CS2	0.910	0.171		
CS3	0.852	0.274		
CS1	0.827	0.316		
CS5	0.798	0.363		
Note. 'none' rotation was used				
Summary				
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %	
1	2.88	71.9	71.9	
Bartlett's Test of Sphericity				
χ^2	df	p		
335	6	< .001		
KMO Measure of Sampling Adequacy				
	MSA			
Overall	0.792			
CS1	0.791			
CS2	0.730			
CS3	0.813			
CS5	0.873			
Initial Eigenvalues				
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	
1	2.876	71.89	71.9	
2	0.517	12.92	84.8	
3	0.390	9.74	94.5	
4	0.218	5.45	100.0	
CONCLUSÃO: RETIRAR CS4! MANTER CS1,, CS2, CS3 E CS5!				

CARGA TRIBUTÁRIA (TODOS)			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
CT4	0.840	0.295	
CT5	0.819	0.330	
CT1	0.795	0.369	
CT2	0.746	0.444	
CT3	0.709	0.497	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	3.07	61.3	61.3
Bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
351	10	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.779		
CT1	0.767		
CT2	0.712		
CT3	0.783		
CT4	0.820		
CT5	0.811		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	3.066	61.32	61.3
2	0.871	17.42	78.7
3	0.433	8.65	87.4
4	0.348	6.96	94.3
5	0.283	5.65	100.0
CONCLUSÃO: MANTER TODOS!			

EDUCAÇÃO FISCAL (TODOS)			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
EF3	0.843	0.290	
EF4	0.788	0.379	
EF5	0.705	0.503	
EF2	0.691	0.523	
EF1	-0.377	0.858	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	2.45	48.9	48.9
Bartlett's Test of Sphericity			
	χ^2	df	p
	194	10	< .001
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.684		
EF1	0.503		
EF2	0.685		
EF3	0.675		
EF4	0.765		
EF5	0.678		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	2.447	48.95	48.9
2	0.977	19.54	68.5
3	0.729	14.58	83.1
4	0.505	10.10	93.2
5	0.341	6.83	100.0
CONCLUSÃO: POSSÍVEL RETIRADA EF1 (CARGA NEGATIVA E BAIXA)!			

EDUCAÇÃO FISCAL (S/ EF1)			
Component Loadings			
	Component		
	1	Uniqueness	
EF3	0.824	0.320	
EF4	0.797	0.365	
EF5	0.731	0.466	
EF2	0.714	0.490	
Note. 'none' rotation was used			
Summary			
Component	SS Loadings	% of Variance	Cumulative %
1	2.36	59.0	59.0
Inter-Component Correlations			
	1		
1	—		
bartlett's Test of Sphericity			
χ^2	df	p	
169	6	< .001	
KMO Measure of Sampling Adequacy			
	MSA		
Overall	0.730		
EF2	0.719		
EF3	0.723		
EF4	0.760		
EF5	0.716		
Initial Eigenvalues			
Component	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %
1	2.359	59.0	59.0
2	0.730	18.2	77.2
3	0.509	12.7	89.9
4	0.402	10.1	100.0
CONCLUSÃO: MANTER EF2 A EF5!			