

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CURSO DE MESTRADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

GABRIEL SANTOS DE JESUS

**NÍVEL DE TRIBUTAÇÃO SOBRE O LUCRO E PROCESSOS DE
LITÍGIOS FISCAIS E SEUS IMPACTOS NA REPUTAÇÃO DAS
EMPRESAS BRASILEIRAS DE CAPITAL ABERTO**

JOÃO PESSOA – PB

2022

GABRIEL SANTOS DE JESUS

**NÍVEL DE TRIBUTAÇÃO SOBRE O LUCRO E PROCESSOS DE
LITÍGIOS FISCAIS E SEUS IMPACTOS NA REPUTAÇÃO DAS
EMPRESAS BRASILEIRAS DE CAPITAL ABERTO**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba (PPGCC/UFPB), em cumprimento às exigências para a obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

Linha de Pesquisa: Informação Contábil para Usuários Externos.

Orientador: Prof. Dr. Robério Dantas de França

JOÃO PESSOA – PB

2022

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

J58n Jesus, Gabriel Santos de.

Nível de tributação sobre o lucro e processos de litígios fiscais e seus impactos na reputação das empresas brasileiras de capital aberto / Gabriel Santos de Jesus. - João Pessoa, 2022.

76 f.

Orientação: Robério Dantas França.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCSA.

1. Ciências contábeis. 2. Reputação corporativa. 3. Nível de tributação sobre o lucro. 4. Litígio Fiscal.
I. França, Robério Dantas. II. Título.

UFPB/BC

CDU 657(043)

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

DEFESA DE DISSERTAÇÃO Nº 83

Ata de Sessão Pública da Defesa de Dissertação do aluno Gabriel Santos de Jesus, do Curso de Mestrado do Programa de Pós- Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba.

Linha de Pesquisa: Informação Contábil para Usuários Externos

Aos vinte e quatro dias do mês de fevereiro do ano de dois mil e vinte e três, às quatorze horas, reuniu-se na Sala Virtual Google Meet, por meio do link: <https://meet.google.com/szc-uuco-srv>, a Banca Examinadora, composta pelos professores doutores: **Robério Dantas de França (Presidente da Banca Examinadora – PPGCC/UFPB)**, **Lauro Vinício de Almeida Lima - (Membro Interno – PPGCC/UFPB)** e **Ivone Vieira Pereira (Membro Externo – UniRV)**, para julgar o trabalho de dissertação intitulado: “**Nível de tributação sobre o lucro e processos de litígios fiscais e seus impactos na reputação das empresas brasileiras de capital aberto**”, de autoria do aluno **Gabriel Santos de Jesus**, orientado pelo Prof. Dr. Robério Dantas de França. Dando início aos trabalhos, o Presidente da Banca Examinadora explicou aos presentes a finalidade da sessão pública e passou a palavra ao mestrando para que fizesse a apresentação de seu trabalho de dissertação. Após a apresentação do trabalho, a banca examinadora fez arguições ao aluno, que as respondeu. Em seguida, o presidente da banca examinadora, convidou os demais membros da banca para se reunirem reservadamente, para que fosse feito o julgamento do trabalho. A Banca Examinadora então atribuiu ao aluno o conceito:

- (x) Aprovado(a)
() Insuficiente
() Reprovado(a)

Comentários da Banca Examinadora

Realizar os ajustes sugeridos pelos membros da banca.

Proclamados os resultados, o Presidente da Banca Examinadora encerrou os trabalhos referentes à defesa de dissertação do discente. João Pessoa, 24 de fevereiro de 2023.

Documento assinado digitalmente
 ROBERIO DANTAS DE FRANCA
Data: 03/03/2023 17:03:18-0300
Verifique em <https://verificador.itl.br>

Prof. Dr. Robério Dantas de França
Presidente da Banca Examinadora – PPGCC/UFPB

LAURO VINICIO DE ALMEIDA LIMA:79436048572 Assinado de forma digital por LAURO VINICIO DE ALMEIDA LIMA:79436048572
Dados: 2023.03.03 19:23:46 -03'00'

Prof. Dr. Lauro Vinício de Almeida Lima
Membro Interno - PPGCC/UFPB

IVONE VIEIRA PEREIRA:62534580191 Assinado de forma digital por IVONE VIEIRA PEREIRA:62534580191
Dados: 2023.03.06 07:48:30 -03'00'

Prof.^a Dra. Ivone Vieira Pereira
Membro Externo – UniRV

Documento assinado digitalmente
 GABRIEL SANTOS DE JESUS
Data: 03/03/2023 15:59:08-0300
Verifique em <https://verificador.itl.br>

Gabriel Santos de Jesus
Discente

A Deus, minha mãe, minha família, a Nadielli e Dany firmينو pelo apoio em toda essa trajetória. Sem eles nada disso faria sentido.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer às seguintes pessoas:

A Deus, por nunca me abandonar, e por seu infinito amor e graça em minha vida. A Ele sempre serei grato e as primícias lhe darei.

Minha família, em especial minha mãe Janete. Ela é a razão pela qual luto tanto, e por me fazer ser a pessoa persistente que sou. Minha irmã Jamile, que sempre manteve o coração e pensamento em mim, mesmo distante.

Géssica e meus sobrinhos Ana Késia, Kevin e Pedro Henrique por serem minha fonte de alívio e conforto nos dias em que a ansiedade parecia ser maior que tudo.

Dany Firmino, que é a família que Deus escolheu para mim. Sou grato por sempre me incentivar e acreditar no meu potencial até quando eu mesmo duvidava disso.

À Professora Nadielli, pois sem sua orientação na graduação nada disso teria acontecido. Você é minha referência de profissional e de pessoa. A Dionei também agradeço pelo apoio e incentivos para continuar.

Aos meus amigos da graduação por sempre torcerem por mim: Vitor, Valéria, Camila, Michele, Verônica e Valdenes. Sempre carregou vocês em meu coração. À Danila que sempre se preocupou comigo desde que saí de Sergipe.

À Samone, pelas conversas sobre tributos, sobre a vida, e também pelo apoio assertivo. À Laís, Rayane, Beatriz e os demais que tive a oportunidade de conhecer na AM Contabilidade, e que hoje continuam presentes em minha vida.

Aos professores do PPGCC que cumprem seu papel com excelência no processo de aprendizagem. Estou certo da minha evolução acadêmica gerada pela experiência vivida no programa.

Ao meu orientador e Professor Dr. Robério Dantas pela paciência e apoio durante esse tempo. Sua orientação e presença foram cruciais para o andamento do trabalho.

Aos meus amigos de Campina Grande que me proporcionaram ótimos momentos e fizeram dessa fase a melhor possível. Obrigado Akson, Paulo, Márcia Ramos, e em especial Kátia, que em tão pouco tempo se tornou uma amiga com quem sempre pude contar.

Por fim, obrigado a todos que direta ou indiretamente contribuíram para a realização desse trabalho e pelo que ele significa para mim: o início de um sonho.

Sabemos que Deus age em todas as coisas para o bem daqueles que o amam, dos que foram chamados de acordo com o seu propósito.

Romanos 8:28

RESUMO

A reputação corporativa é uma importante ferramenta para auxiliar as organizações no alcance de seu desempenho financeiro. Da mesma forma, a redução de tributos (*tax avoidance*) também se mostra uma ferramenta estratégica para aumentar o desempenho financeiro por meio da economia de impostos. Todavia, uma redução agressiva nos tributos pode acarretar ingressos de litígios fiscais, que por sua vez podem ou não afetar negativamente a reputação corporativa, caracterizando-se assim como estratégias controversas. Embora na literatura seja possível encontrar estudos que avaliam a relação de níveis de tributação com variáveis como: governança, crise, sustentabilidade, entre outros, não foi encontrado estudo que relacione nível de tributação sobre o lucro da reputação corporativa. Não foram encontrados também estudos associados a processos de litígio fiscal. Este fato evidencia uma lacuna que esta pesquisa visa avaliar. O estudo tem por objetivo verificar se a reputação é afetada por processos de litígio fiscal referentes a tributos sobre o lucro, associados a um baixo nível de tributação. Espera-se que os resultados contribuam para o aumento da literatura sobre o tema, dada a sua escassez. Pressupõe-se também que contribua para uma reflexão pelos gestores sobre as decisões tomadas em relação à redução de impostos sobre o lucro e seus impactos na reputação das empresas. Assim, avaliando se essas decisões são de fato estratégicas ou não. Para a reputação foram utilizadas variáveis categóricas para a presença ou ausência de empresas nos rankings de reputação, Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e Maiores e Melhores (MM), procedendo-se à regressão logística para atingir os objetivos explícitos. Os resultados indicam que a empresa apresentar litígio fiscal não reduz a probabilidade de ter reputação forte. Já o baixo nível de tributação, sim. A interação dos dois eventos, por sua vez, não diminui a probabilidade de a empresa ter reputação forte, ou seja, o contencioso tributário e a baixa tributação ocorrendo simultaneamente não afetam de maneira negativa a reputação da empresa.

Palavras-chave: Reputação corporativa; nível de tributação sobre o lucro; litígio fiscal.

ABSTRACT

Corporate reputation is an important tool to help organizations achieve their financial performance. Similarly, reducing taxes (tax avoidance) is also a strategic tool to increase financial performance through tax savings. However, an aggressive reduction in taxes can lead to tax disputes, which in turn may or may not negatively affect corporate reputation, thus characterizing controversial strategies. Although in the literature it is possible to find studies that evaluate the relationship between taxation levels and variables such as: governance, crisis, sustainability, among others, no study was found that relates the level of taxation on profit to corporate reputation. No studies associated with tax litigation processes were also found. This fact highlights a gap that this research aims to assess. The study aims to verify whether reputation is affected by tax litigation processes related to taxes on profits, associated with a low level of taxation. It is expected that the results will contribute to the increase of the literature on the subject, given its scarcity. It is also assumed that it contributes to a reflection by managers on the decisions taken in relation to the reduction of taxes on profits and their impacts on the reputation of companies. Thus, evaluating whether these decisions are in fact strategic or not. For reputation, categorical variables were used for the presence or absence of companies in the reputation rankings, Corporate Sustainability Index and Biggest and Best (ISE and MM, acronyms in Portuguese) proceeding with logistic regression to reach the explicit objectives. The results indicate that the company presenting tax litigation does not reduce the probability of having a strong reputation. Already the low level of taxation, yes. The interaction of the two events, in turn, does not decrease the probability that the company has a strong reputation, that is, tax litigation and low taxation occurring simultaneously do not negatively affect the company's reputation.

Keywords: Corporate reputation; level of taxation on profit; tax litigation.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Seções do CARF	27
Quadro 2 – Características da reputação corporativa.....	70
Quadro 3 – Resumo das variáveis do estudo.....	42

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Amostra da pesquisa. 2010 a 2021	37
Tabela 2 – Amostra da pesquisa por setores econômicos. 2010 a 2021.....	37
Tabela 3 – Amostra da pesquisa por reputação e litígio. 2010 a 2021	37
Tabela 4 – Estatística Descritiva.....	44
Tabela 5 – Estatística descritiva BNTL por <i>proxies</i> de Reputação	47
Tabela 6 – Estatística descritiva LITIG por <i>proxies</i> de Reputação	47
Tabela 7 – Estatística descritiva interação BNTL e LITIG por <i>proxies</i> de Reputação.	47
Tabela 8 – Resultados dos Modelos A1 ao A5	49
Tabela 9 – Resultados dos modelos B1 ao B5	53
Tabela 10 – Resultados dos Modelos C1 ao C5	55
Tabela 11 – Resultados dos Modelos D1 ao D5	57
Tabela 12 – Resultados dos Modelos E1 ao E5	59
Tabela 13 – Resultados dos Modelos F1 ao F5.....	61

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

B3	Brasil, Bolsa, Balcão
BNTL	Baixo nível de tributação
ETR	<i>Effective tax rate</i>
FASB	<i>Financial Accounting Standards Board</i>
ISE	Índice de Sustentabilidade Empresarial
LITIG	Litígio
MM	Maiores e melhores
REPUT	Reputação
ROE	Retorno sobre Ativo
VIF	Fator de Inflação de Variância

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
1.1. Contextualização	15
1.2. Problema de Pesquisa	19
1.3. Justificativa e Contribuições da Pesquisa	20
2. REVISÃO DE LITERATURA	23
2.1. Nível de tributação sobre o lucro	23
2.2. Litígios fiscais.....	25
2.3. Reputação corporativa.....	29
3. METODOLOGIA	37
3.1. Classificação da pesquisa.....	37
3.2. Coleta e amostra da pesquisa	37
3.3. Variáveis da pesquisa.....	39
3.4. Modelos	44
4. RESULTADOS.....	47
4.1. Estatística descritiva	47
4.2. Regressões Logísticas	51
4.3. Regressões Logísticas com MM.....	52
4.4. Regressões Logísticas com ISE.....	60
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	66

1. INTRODUÇÃO

1.1.

ontextualização

Os estudos acerca da contabilidade de tributos, dentre outros temas, têm direcionado sua atenção para as práticas da sua redução (HANLON; HEITZMAN, 2010). Este interesse pode ser explicado pela busca das organizações pelo desempenho financeiro empresarial, o que na prática pode se traduzir como um planejamento estratégico para aderir as oportunidades ou cenários que eventualmente colaborem para o alcance dos objetivos da entidade. Isso inclui o âmbito tributário (SHOLES *et al.*, 2014; ARMSTRONG; BLOUIN; LACKER, 2012; CHIAVENATO, 2014).

A redução dos tributos são um dos motivadores de certas decisões corporativas. Nesse contexto, observa-se que as ações gerenciais direcionadas a minimizar os impostos através do planejamento tributário são práticas comuns no cenário empresarial global. Na Alemanha, por exemplo, desde a primeira metade do século XX já se discutia a licitude ou não do *tax avoidance* (COSTA, 2019). Atualmente, percebe-se que cada vez mais as empresas adotam práticas agressivas, muitas vezes até evasivas para atingir este objetivo (MARTINEZ; RAMALHO, 2017).

Fabretti (2009) conceitua planejamento tributário como um estudo feito antes da realização do fato administrativo, pesquisando-se seus efeitos jurídicos e econômicos e as alternativas legais menos onerosas. No contexto da legislação tributária brasileira percebe-se que embora haja definição para planejamento tributário, existe uma dificuldade em conceituá-lo no aspecto abusivo ou agressivo (MARTINEZ, 2017). De igual forma, mesmo recorrendo a regulamentos administrativos, percebe-se a dificuldade em se obter esclarecimentos mais concisos sobre essas questões (SCHOUERI; GALENDI JÚNIOR, 2017). A partir dessa lacuna é que surgem as dúvidas sobre o que é ou não válido fazer para reduzir os tributos.

No âmbito internacional, a prática de reduzir impostos é denominada de *tax avoidance* para se referir a toda e qualquer forma de redução tributária. Contudo, Lietz (2013) acentua a dificuldade em responder as dúvidas sobre até que ponto é lícito ou não as ações com o intuito de reduzir a onerosidade dos tributos, mesmo em âmbito internacional.

No Brasil, por exemplo, a dificuldade se agrava pelas figuras de mecanismos fiscais particulares ao país, tais como: elisão, simulação, fraude à lei, entre outros que, segundo

Martinez e Coelho (2016), na prática são aplicadas de forma confusa ou simplesmente não são aplicadas. Como o planejamento das obrigações tributárias envolve maior fluxo de caixa e receita líquida para a empresa e, portanto, para seus acionistas, a elisão fiscal costuma ser vista como benéfica para ambos (BLOUIN, 2014).

Embora as práticas de planejamento tributário possam resultar na redução de obrigações tributáveis, dependendo do nível de intensidade e legalidade em que essas práticas são utilizadas, pode-se definir seu nível de agressividade tributária, que se manifesta pragmaticamente na magnitude de redução explícita de tributos (MARTINEZ, 2017). Tal abordagem está em consonância com a definição assumida por Hanlon e Heitzman (2010), que enfatizam que as atividades reais vinculadas a geração de tributos e as ações que ocorrem de forma deliberada para sua redução ou até mesmo evitar seu pagamento, colaboram para definir a agressividade fiscal.

Empregar práticas tributariamente agressivas, ao ponto próximo da tangente da ilegalidade como estratégia para diminuir o ônus tributário, se mostra cada vez mais arriscado no âmbito do litigioso, visto que os órgãos fiscalizadores vêm evoluindo para detectar e punir tais práticas. O fisco federal, por exemplo, tem investido em malhas tecnológicas que permitem visualizar comportamentos atípicos de contribuintes, podendo ser detectados os casos de simulações, operações irregulares ou aplicação incorreta de benefícios, entre outras situações (NEGRUNI, 2022).

Contudo, pode-se notar que o trabalho dos órgãos fiscalizadores requer esforço contínuo. Segundo estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial (2017) em parceria com a EY (Ernst & Young) o contencioso no Brasil cresce de maneira descontrolada e já supera o equivalente à metade do Produto Interno Bruto (PIB), um cenário que segundo o estudo não se assemelha a nenhum outro lugar do mundo (ETCO, 2017).

Considerando tal cenário, onde o contencioso tributário segue uma tendência crescente, denota-se que existe um comportamento mais arrojado e de não aversão ao risco fiscal por parte das organizações. Sabe-se que esse comportamento é explicado pela finalidade das empresas em atingir os seus objetivos (SHOLES *et al.*, 2014). Porém, deve ser levado em consideração o impacto negativo dessa conduta em outros fatores que podem estar diretamente ligados ao desempenho almejado, como por exemplo a reputação corporativa. Alguns estudos destacam que a conquista e preservação de uma boa reputação fornecem

vantagens competitivas que melhoram o desempenho das organizações, e que empresas com melhor reputação corporativa apresentam desempenho superior (FOMBRUN; SHANLEY, 1990; ROBERTS; DOWLING, 2002; CAIXETA *et al.*, 2011; CARDOSO *et al.*, 2013).

Quando se fala de reputação nota-se que no mercado de forma prática é bastante comum a associação da imagem de um produto, de uma marca ou de uma empresa ao conjunto das opiniões de um determinado público. Geralmente trata-se da opinião do seu público-alvo, expressa em pesquisas, quer sejam quantitativas ou qualitativas. Porém, quando nos referimos à “imagem”, falamos do produto dinâmico, da elaboração mental de quem mantém com o objeto de sua percepção e experiência uma relação comunicativa (LASBECK, 2007).

Pesquisadores ao utilizar o termo “reputação” não substituem apenas a terminologia para expressar a mesma ideia, mas também mudam significados que fazem uma grande diferença. Segundo Lasbeck (1997) e Costa (2001), enquanto a imagem é um produto gerado pela mente do receptor, baseado em estímulos culturais, por sensações e qualidades, a reputação é formada por juízos de caráter e alicerçada em argumentos, opiniões, convicções e crenças consolidadas (JABLIN, 2001; FLYNN, 2007). Desse modo nota-se que a reputação está intrinsecamente relacionada ao comportamento dos agentes tomadores de decisões.

Falar de reputação em seus aspectos essenciais ao contexto corporativo não é uma tarefa fácil, justamente por se tratar de um constructo cuja definição carrega dificuldade (WALKER, 2010). O tema é recorrente em várias áreas de pesquisa devido a sua multidisciplinaridade, tais como estratégia corporativa, administração, marketing, contabilidade e gestão. Ainda, ressalta-se que não há um conceito universalmente aceito acerca da reputação (CARDOSO *et al.*, 2013).

O conceito adotado para o presente estudo foi o da capacidade da empresa de atender as expectativas dos seus diversos *stakeholders*, admitindo-se que a reputação é o resultado da avaliação geral de determinada empresa ao longo do tempo por parte de seus interessados. Isso reflete o modo pelo qual os *stakeholders* percebem a empresa como uma boa cidadã corporativa. Embora não haja um consenso sobre a conceituação da reputação, entende-se que este é um dos mais aceitos dentro da literatura (GOTSI; WILSON; 2001; ROBERTS; DOWLING, 2002; FOMBRUN; SHANLEY, 1990).

Essa percepção de boa cidadã corporativa pode ser estudada de forma geral ou específica, segundo Cardoso *et al.* (2013), como por exemplo, segmentando-a em reputação corporativa financeira, reputação corporativa ambiental e reputação corporativa social. Para Torres e Fachin (2020) uma " empresa cidadã " é aquela que reconhece o valor de benefícios intangíveis como cooperação e harmonia dentro de seus próprios muros, bem como sua responsabilidade social para com aqueles com quem se relaciona. Os autores ainda afirmam que sugerir que uma empresa só tenha que cumprir com suas obrigações financeiras e legais para ser uma boa cidadã corporativa é compreender mal o papel dos negócios na sociedade.

Os efeitos positivos das ações socialmente responsáveis são consideráveis e benéficos tanto para a sociedade quanto para a empresa. Desse modo, ao optar por se tornar socialmente responsável e, de um determinado ponto de vista, boa cidadã, a empresa torna-se catalisadora de ganhos para si própria, para seus *stakeholders* e para toda a sociedade (TORRES E FACHIN, 2020).

As empresas desenvolvem ações para firmar boas relações com seus *stakeholders* na preocupação de manter uma boa imagem, resguardando sua reputação, e assim, a sobrevivência, competitividade e posição sustentável no mercado (GARDBERG; FOMBRUN, 2002; PORTER; KRAMER, 2006). Para Chun *et al.* (2019), empresas de grande porte e já consolidadas no mercado podem ser prejudicadas quando sua reputação é afetada por má conduta em todos seus aspectos operacionais, o que inclui o âmbito tributário.

Para Sullivan e Dwyer (2009) essas empresas com uma reputação consolidada se tornam mais atraentes para os seus *stakeholders*, e a reputação por sua vez surte efeito, dentre outros fatores, nos seus riscos, que vão desde regulamentações e litígios até os riscos fiscais (STARKS, 2009). Percebe-se então, que a literatura sinaliza uma relação entre litígios e reputação. Contudo, ainda se faz necessário um aprofundamento desse tema, uma vez que decisões tributariamente agressivas podem acarretar processos de litígios fiscais. Uma das consequências positivas que podem explicar a prática da agressividade por parte das empresas são o aumento do fluxo de caixa e do lucro líquido, que por sua vez influenciam o desempenho organizacional e a competitividade dessas empresas no mercado, convergindo com as vantagens de uma boa reputação (VELLO, MARTINEZ 2014; GARDBERG; FOMBRUN, 2002; PORTER; KRAMER, 2006).

No entanto, a agressividade fiscal pode aumentar o risco da empresa perante os órgãos fiscalizadores, pagamentos de juros e multas de caráter tributário, custos com a implementação de processos litigiosos na instância tributária e uma elevação nas despesas da agência (HANLON; HEITZMAN, 2010; LAGUIR *et al.*, 2015). Segundo Vello e Martinez (2014), empresas com postura mais agressiva assumem uma exposição excessiva aos riscos legais, o que gera dúvidas para suas partes interessadas sobre a qualidade do planejamento tributário da organização e das decisões tomadas pela sua governança. Esse comportamento pode impactar em sua reputação, além de não alcançar efetivamente o objetivo de melhorar o desempenho, levando em conta a geração dos custos supracitados, o que pode afetar negativamente a reputação.

1.2.

Problema de Pesquisa

O objetivo principal da empresa é a maximização do valor dos lucros distribuídos aos acionistas (Martinez, Ramalho, 2017). Contudo, esse planejamento deve ser feito de forma consistente para evitar prejuízos ainda maiores no futuro, pois as perdas atingem não apenas os investidores, mas também os gestores que tomaram essas decisões (CROCKER, SLEMROD, 2005). Os prejuízos podem ser de ordem econômica e criminal, aplicados pelas autoridades fiscais. Já no que diz respeito à reputação da empresa nesse cenário, ela perde valor de mercado, além de apresentar pouca credibilidade a novos investidores e financiadores (CHEN, *et al.*, 2010; HANLON, HEITZMAN, 2010).

Nota-se que a reputação é uma ferramenta que auxilia as empresas no alcance do seu objetivo comum: a maximização do lucro. Porém percebe-se também que existe uma conduta por parte delas para diminuir os níveis de tributação, aumentando os rendimentos, gerando uma melhora no desempenho. Tanto a manutenção da reputação quanto a diminuição dos níveis de tributação têm por finalidade a melhora do desempenho. A reputação atrai novos investidores e consumidores para a empresa aumentando o lucro e a diminuição dos níveis de tributação, expandindo rendimentos e diminuindo despesas. Porém, essa conduta carrega riscos que podem acarretar em prejuízos para a reputação, tal como é o ingresso em processos

de litígio fiscal. Dito isso, cabe o seguinte questionamento: **a reputação das empresas é afetada por processos de litígios fiscais associados a um baixo nível de tributação sobre o lucro?**

O estudo tem por objetivo verificar se a reputação é afetada por processos de litígio fiscal referente a tributos sobre o lucro, associados a um baixo nível de tributação, sendo necessário para seu alcance:

- ✓ Identificar empresas com processos de litígios fiscais envolvendo tributos sobre o lucro no período de 2010 a 2021;
- ✓ Medir o nível de tributação sobre o lucro das empresas selecionadas;
- ✓ Identificar as empresas constantes nos *rankings* de reputação;
- ✓ Analisar a relação do litígio e nível de tributação com a reputação corporativa;

1.3.

ustificativa e Contribuições da Pesquisa

A análise entre reputação corporativa, litígios e níveis de tributação sobre o lucro é relevante em virtude de todos serem fundamentais para as estratégias empresariais, dado que um bom desempenho não depende somente de altos retornos, como também de baixos riscos (KHAN; AKHTAR; AKHTAR, 2019). Dessa forma, considerar os possíveis efeitos da agressividade fiscal e dos processos litigiosos na reputação pode tornar as avaliações estratégicas de desempenho mais eficientes.

Já sob a ótica do contencioso brasileiro têm-se um aumento de R\$ 2,275 trilhões em 2013 para R\$ 3,440 trilhões em 2018, que comparado com o Produto Interno Bruto (PIB) representa um salto de 42,7% para 50,4% de toda riqueza produzida no país no período de um ano (ETCO, 2020). Seja qual for a causa, resultados como estes que crescem gradativamente merecem atenção, pois se traduzem em uma dificuldade e em maiores custos para a arrecadação, prejudicando o país no desenvolvimento de suas atividades.

Desai *et al.*, (2007) afirmam que em países emergentes a fiscalização e a carga tributária influenciam no arranjo e adequação tributária das organizações. Com isso há uma tendência à evasão fiscal. No entanto, ainda não há estudos que associam essa prática a mecanismos estratégicos de desempenho, tal como é a reputação. Ressalta-se que não basta analisar somente a agressividade, mas também o ingresso das empresas em processos de

litígios, o que pode indicar que a empresa ultrapassou os limites legais na redução dos tributos, demonstrando uma conduta agressiva. Isso sinaliza desconfiança para as partes interessadas, cabendo a elas uma resposta positiva ou negativa de tal ação.

Apesar de existirem estudos que afirmam que a reputação pode ser usada como uma ferramenta para manter a competitividade e uma boa posição no mercado (GARDBERG; FOMBRUN, 2002; PORTER; KRAMER, 2006), autores como Chun *et al.* (2019) alertam que grandes empresas já estabelecidas no mercado podem sofrer danos se sua reputação for afetada, seja em qualquer aspecto, inclusive no tributário. Alertam também sobre a discussão da estratégia paradoxal entre manter uma boa reputação afim de sustentar um bom desempenho, ao mesmo que se mantém uma conduta tributariamente agressiva com a mesma finalidade, mas com o risco de afetar a reputação e alcançar resultados opostos ao esperado.

O presente estudo é socialmente relevante porque considera um campo de pesquisa empírica sobre grandes empresas atuantes no Brasil, o que por sua vez poderá auxiliar na compreensão dos interesses das entidades ao realizar ações tributariamente agressivas, como também de aspecto voltado a sua imagem. Assim, este trabalho ampliou as análises sobre a reputação corporativa das empresas, uma vez que considerou o enfoque dos litígios fiscais associados aos níveis de tributação sobre o lucro, explorando de que forma se dá essa relação.

Nesta perspectiva, a presente pesquisa diferenciou-se das demais por não analisar somente a relação da reputação com as práticas de redução de tributos sobre o lucro e com desempenho financeiro (CAIXIETA *et al.*, 2011; da COSTA *et al.*, 2013; FRANÇA, 2018; FRANÇA, MONTE, 2020;) ou a relação com fatores ambientais e de responsabilidade social corporativa (LOPES *et al.*, 2017; GALEANO, 2017; DIEZ, SOTORRÍO, 2018). O estudo verificou também os impactos causados pelos processos de litígios fiscais na reputação, e se estes por sua vez estão ou não vinculados aos baixos níveis de tributação sobre o lucro.

Além disso, a predominância de pesquisas sobre reputação corporativa ocorre mais no âmbito gerencial ou de governança/gestão empresarial (THOMAZ; BRITO, 2010; GÓIS, LUCA; SOUSA, 2017; DUTRA; PARENTE, 2018; GÓIS; SOARES, 2019) e no cenário internacional (ABRATT; KLEYEN, 2012; GANGI; DANIELE; VARRONE, 2020; PHAM; TRAN, 2020; BLAJER-GOŁĘBIEWSKA, 2021; JIANG *et al.*, 2022).

Com base na literatura levantada, tanto nacional quanto internacional, observou-se que mesmo não sendo uma temática nova, no Brasil os estudos sobre reputação ainda estão em

fase exploratória, não sendo encontrados os relacionados a litígios fiscais, o que caracteriza uma lacuna na literatura acentuada pela importância dos temas.

Como já mencionado, no Brasil a literatura é escassa no que tange a associações da reputação com o âmbito tributário, porém é possível encontrar estudos que relacionam a reputação corporativa com o desempenho econômico-financeiro, como o de Pletsch *et al.* (2020). Mas os autores não puderam afirmar que a reputação, medida pelas variáveis escolhidas (ISE e as Maiores e Melhores empresas da Revista Exame), possuem relação com o desempenho e trazem à tona as discussões sobre a dificuldade de mensurar o constructo.

França e Monte (2020) foram pioneiros no Brasil ao contribuírem com um estudo que relaciona de forma direta os efeitos da reputação com a *tax avoidance*, que é um constructo amplo que abrange toda e qualquer forma das empresas reduzirem seus tributos (HANLON; HEITZMAN, 2010), abrangendo a agressividade fiscal. Os autores testaram a hipótese de que a *tax avoidance* de empresas brasileiras de capital aberto é impactada pelos efeitos da reputação corporativa. Tal hipótese foi parcialmente confirmada, uma vez que os resultados evidenciaram que as empresas consideradas com forte reputação corporativa estabelecida aumentam a *tax avoidance*.

Diante disso, o presente estudo contribuiu para o desenvolvimento da literatura sobre o comportamento da reputação relacionada com variáveis tributárias, visto a escassez do tema. Oferecemos também a possibilidade de reflexão por parte dos gestores sobre as decisões tomadas acerca das reduções dos tributos sobre o lucro e seus impactos na reputação das empresas. Como proposto em parte dos objetivos, fomentamos discussões e reflexões acerca dos processos de litígios fiscais, suas consequências e seus impactos na reputação das empresas. Embora processos dessa natureza sejam recorrentes, ainda há poucos estudos acerca do tema na área de contabilidade e tributos.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1.

nível de tributação sobre o lucro

O nível de tributação sobre o lucro é um indicador que traz informações sobre a proporção de tributos incidentes sobre o lucro apurados pela empresa em determinado período. Uma das formas de fazer a sua medição é através da *effective tax rate* (ETR). Hanlon e Heitzman (2010) apontam os diversos modos de cálculo da ETR, salientando que estes são calculados dividindo-se alguma estimativa de imposto, geralmente as provisões constantes na demonstração do resultado do exercício, por uma medida antes dos impostos sobre os lucros (LAIR) ou sobre os fluxos de caixa. Os autores conseguem concluir que essas medidas capturam a taxa média de imposto para cada unidade monetária de lucro ou de fluxo de caixa, a depender da variável escolhida respectivamente.

Nem todas as formas de mensurar o nível de tributação são apropriadas para todas as questões de pesquisa. Um dos motivos é a divergência entre a regulação contábil societária regida pelo *Financial Accounting Standards Board* (FASB) ser diferente da legislação tributária (HANLON, HEITZMAN, 2010). No Brasil, por exemplo, existem situações em que os tributos sobre o lucro possuem influência de valores extras contábeis que são registrados apenas no livro de apuração do lucro real (LALUR), como é o caso da depreciação acelerada incentivada, compensação de prejuízos fiscais, exclusões e adições por diferenças temporárias, incentivos fiscais, entre outros (CABELLO, PEREIRA, 2014).

Janssen (2000) investigou evidências sobre a ETR desde sua mensuração até a sua validade como métrica adequada para o nível de tributação sobre o lucro. O autor ressalta a necessidade no cuidado em escolher a forma de como mensurar a ETR, pois as diferentes

alternativas (ETR GAAP, ETR corrente, ETR fluxo de caixa, entre outros) podem causar mudanças notáveis nas estimativas.

Existem alguns motivos apontados pela literatura pelo qual importa aos pesquisadores conhecer o nível de tributação sobre o lucro através da ETR. São eles: medir o impacto dos impostos sobre os incentivos para o investimento, servir de indicador de carga tributária das empresas e como medida das preferências tributárias corporativas (CALLIHAN,1994; SHEVLIN, 1999, JANSSEN, 2000). O presente estudo se enquadra nos dois últimos motivos, haja vista os objetivos já explicitados.

Existem estudos sobre a ligação entre a ETR e o planejamento tributário, conforme o levantamento da literatura base para esta pesquisa. O primeiro estudo utilizando ETR foi realizado por Stickney e McGee (1982), no qual os autores examinaram a alíquota efetiva para instituições dos Estados Unidos, com o objetivo de estabelecer uma relação entre variáveis tamanho, nível de intensidade de capital e nível de alavancagem.

Já quando se fala na relação da ETR com a reputação têm-se o estudo de Zimmerman (1983), que examinou o tamanho da empresa como *proxy* para a reputação. O autor faz uso da ETR e baseia-se na premissa de que empresas de maior porte tendem a não fazer uso de práticas agressivas na redução de tributos sobre o lucro, em função do custo político. Em outras palavras, há um custo para as empresas quando sua imagem pública é afetada negativamente por se envolverem em ações que podem não ser bem vistas pela sociedade. Porém, estudos com essa associação da ETR com reputação ainda são escassos.

Shackelford e Shevlin (2001) afirmam que a ETR se demonstra uma medida válida para mensuração do planejamento tributário, sendo, portanto, uma *proxy* válida para estudos de agressividade fiscal. Para Giannini *et al.* (2002), a ETR dissemina informações sobre a real alíquota de tributos incidentes sobre o lucro das empresas, de modo a avaliar os impactos tributários sobre as atividades econômicas. Assim, oferecem uma compreensão sobre os efeitos provocados pelas estratégias de redução de tributos.

O cálculo da ETR baseia-se normalmente na razão entre a despesa com a Contribuição Social Sobre O Lucro Líquido (CSLL), e o Imposto sobre a renda das pessoas jurídicas (IRPJ), vigentes antes do lucro do imposto de renda. O objetivo é apurar o real montante de tributos sobre este lucro, fornecendo uma comparação entre a ETR e a alíquota nominal (SHACKELFORD; SHEVLIN, 2001; TANG, 2005).

O resultado dessa razão reflete toda e qualquer redução feita com intuito de diminuir a onerosidade dos tributos incidentes sobre o lucro, o que é denominado de *tax avoidance*. Quando Hanlon e Heitzman (2010) definem *tax avoidance*, eles dizem que é uma clara redução na tributação que pode assumir várias formas, como: planejamento tributário, gerenciamento tributário e elisão fiscal. Em qualquer uma dessas situações os tributos são considerados custos, que como resultado, as organizações estão sendo incentivadas a reduzi-los para melhorar seu desempenho.

Sholes *et al.* (2014) pontuam preocupações sobre a compreensão do que é ou não permitido nesse âmbito de redução de tributos, sob o ponto de vista tributário legal. Na literatura nacional, o foco se dá nos limites legais das atividades que buscam reduzir, postergar ou evitar o pagamento de tributos (MARTINEZ; COELHO, 2016). No cenário nacional também há uma dificuldade em classificar as práticas de redução como lícitas ou ilícitas (IUDÍCIBUS; POHLMANN, 2007; SHOUERI; FREITAS, 2010).

No que diz respeito aos estudos internacionais, a depender da escolha da *proxy* a ser utilizada, não existe tal diferenciação entre práticas de *tax avoidance* lícitas ou ilícitas. Um dos motivos é justamente a indefinição do próprio termo (MARTINEZ; COELHO, 2016). Além disso, essa análise geralmente só pode ser feita após o término das atividades e, mesmo assim, apenas uma parte delas acaba sendo efetivamente contestada e julgada pelas autoridades competentes (HANLON; HEITZMAN, 2010; BLAYLOCK; SHEVLIN; WILSON, 2012).

2.2.

litígios fiscais

Os tributos que a Receita Federal tenta arrecadar dos contribuintes advindos de processos fiscais litigiosos, mas não consegue, continuam subindo. Eles passaram de R\$ 2,275 bilhões em 2013 para R\$ 3,440 bilhões em 2018, o que representa um aumento que corresponde a pouco mais de meio PIB (ETCO, 2020). O simples fato de estarem no processo de litígio fiscal não implica dizer que estes valores sejam de fato devidos pelos contribuintes.

Messias, Longo e Vasconcelos (2019) apontam que dados como os supracitados permitem inferir o grau de insegurança jurídica do país. Consequentemente, como conclusões

sobre a qualidade do sistema, os autores ainda afirmam que o contencioso aproximado ao PIB não surge de forma aleatória, mas de uma suposta relação entre o grau de litigiosidade tributária e o grau de insegurança jurídica, este com o grau de complexidade do sistema tributário nacional.

Em termos de complexidade, há diversos estudos que destacam a posição desfavorável do Brasil em relação ao resto do mundo (FOLONNI; SIMM, 2016; GOMES, 2020). Sayeg (2003) traz discussões acerca da associação entre a complexidade do sistema e a sonegação fiscal, por exemplo, que por sua vez acarretam o ingresso nos processos litigiosos.

Um dos principais problemas que acentuam a complexidade tributária e acarretam insegurança jurídica, inclusive para os órgãos fiscalizadores, são os litígios permanentes, que são aqueles que levam mais tempo que o normal para serem resolvidos. Eles mantêm uma característica de persistência. Os efeitos dessa complexidade tributária na segurança jurídica são discutidos em um estudo preparado pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), e Fundo Monetário Internacional (FMI), a pedido dos líderes do G-20. No *Tax Certainty* (2017) são apontados alguns dos principais motivos de insegurança jurídica no âmbito tributário:

- ✓ Imprevisibilidade das políticas e leis tributárias;
- ✓ Imprevisibilidade na aplicação das regras tributárias;
- ✓ Incerteza quanto à resolução de litígios tributários;
- ✓ Incertezas decorrentes de novas tecnologias e modelos de negócios;
- ✓ Comportamento dos contribuintes; e
- ✓ Ausência de adoção de padrões internacionais de tributação.

Quando se trata do Brasil o diagnóstico é semelhante, segundo o acórdão 1105/19 do TCU. Parte da falha do sistema tributário brasileiro está ligada ao meio tributário federal, onde foram apurados e identificados os motivos de sua complexidade:

- ✓ À profusão de normas em matéria tributária esparsas (377 mil normas desde a promulgação de Constituição Federal), desrespeitando o Código Tributário, que obriga os entes a compilarem anualmente as normas vigentes;
- ✓ Às divergências de interpretação e instabilidade jurisprudencial;
- ✓ Baixa eficiência dos processos de consulta; e
- ✓ À demora no tempo de tramitação dos processos.

Ressalta-se que o sistema tributário brasileiro é repleto de particularidades, mas que ainda apresenta lacunas que necessitam ser preenchidas. Vasconcelos, Longo e Messias (2019) trazem à tona a necessidade de agilizar a agenda de reforma tributária e a importância de que as mudanças que venham a ser aprovadas estejam alinhadas com as recomendações internacionais.

Além das lacunas de cunho arrecadatário, salienta-se que o Brasil não possui normas gerais de processo tributário. Isso abre portas para autos de infração insubsistentes, que embora não gerem custo para o Estado, trazem danos aos contribuintes, que vão desde custos processuais e advocatícios até danos à sua reputação.

Dado este cenário, têm-se a figura do Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (CARF). Trata-se de um órgão colegiado, formado por representantes do Estado e da sociedade, com a atribuição de julgar em segunda instância administrativa os litígios em matéria tributária e aduaneira. Criado a partir da edição da Lei 11.941, de maio de 2009, a medida surgiu a partir de estudos que apontavam a necessidade de eliminar redundâncias, racionalizar as atividades administrativas, otimizar fluxos de processos e dar mais agilidade na resolução de questões jurídicas fiduciárias (CARF, 2013).

O CARF aprecia e julga a inconformidade dos contribuintes contra exigências tributárias lançadas pela administração, e pontua a neutralidade e a imparcialidade no julgamento dos recursos, afim de contribuir para a segurança jurídica tributária. Dessa forma, o conselho é dividido em três seções:

Quadro1- seções do CARF

Primeira Seção - competente para julgar matéria relativa ao Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas, Contribuição Social sobre o Lucro Líquido, contribuições dos optantes pelo Simples Nacional, bem como matéria residual;
Segunda Seção - afeta ao julgamento de controvérsias sobre o Imposto de Renda sobre as Pessoas Físicas, Imposto Territorial Rural e contribuições previdenciárias;
Terceira Seção - cuida do Imposto de Importação, Imposto de Exportação, PIS/COFINS, FINSOCIAL, Imposto sobre Produtos Industrializados e Imposto sobre Operações Financeiras.

Fonte: Sítio do CARF (2012)

Em março de 2016 o CARF possuía um estoque de R\$ 590.240.178.050,31, distribuídos em 118.341 processos aguardando julgamento. Recentemente os valores dos processos em estoque passaram de R\$ 764 bilhões para R\$ 941 bilhões, um aumento de

aproximadamente R\$ 177 bilhões compreendidos entre dezembro de 2020 e setembro de 2021. Esse aumento constante de processos em estoque pode ser explicado por diversos fatores, dentre eles o tempo de julgamento, bem como o ingresso de novos processos por parte dos contribuintes, o que pode sinalizar um aumento na conduta agressiva na redução de tributos.

Estar envolvida em algum desses processos pode trazer diversas consequências para a empresa, inclusive danos a sua reputação. Bankman (2004) sugere que uma empresa que evita impostos agressivamente pode ser rotulada como "pobre cidadão corporativo". O autor acrescenta que esta rotulação pode afetar adversamente os resultados do mercado. Ainda no cenário internacional, um relatório da Ernst & Young (2011) discute um movimento de ativismo tributário, em que grupos ativistas e a mídia chamam a atenção para as empresas que não pagam seus devidos tributos.

Por outro lado, há dúvidas se de fato a reputação das empresas é afetada negativamente quando incorrem em processos fiscais litigiosos. Murray (2002) afirma que mentir para o IRS (Departamento da Receita Federal dos EUA) não gera a mesma indignação pública que mentir aos acionistas. Em algumas partes do país isso é quase visto como um ato "patriótico".

Sabe-se que uma parte considerável do lucro das organizações é transferida para o governo em suas diversas esferas por meio dos tributos. Neste cenário, para diminuir a carga tributária, muitos gestores acabam optando pela prática de um planejamento tributário agressivo (CHEN, CHENG, SHEVLIN 2010). Para Lisowsky, Robinson e Schmidt (2017) o planejamento tributário agressivo pode ser definido como um conjunto de atividades que se aproximam da evasão fiscal, ou seja, ações pouco legítimas, que entram no âmbito da ilegalidade e por sua vez podem garantir o ingresso no litigioso fiscal. Os autores complementam a definição afirmando que o planejamento tributário agressivo pode ser entendido também como a redução de base de cálculo tributável por meio de práticas de planejamento tributário que, por serem bastante agressivas, correm o risco de acarretarem prejuízos para as organizações.

Martinez (2017) ressalta a importância de não confundir planejamento tributário agressivo com evasão, haja vista que o planejamento é sujeito a questionamentos do fisco enquanto a evasão já se caracteriza como ato ilegal. O CARF, por sua vez, tem o papel de

resolver os questionamentos que geram dúvidas sobre o planejamento tributário agressivo, embora não haja evidências suficientes para afirmar que um planejamento tributário agressivo na forma de um baixo nível de tributação sobre o lucro leve a empresa a um litigioso fiscal. A literatura aponta um potencial maior para empresas que são classificadas como agressivas. Entretanto, deve-se atentar ao fato de que nem toda irregularidade fiscal advém da conduta agressiva.

Sendo a redução de tributos uma ferramenta usada para o aumento do desempenho das empresas, assim como a reputação também traz um melhor desempenho (FOMBRUN; SHANLEY, 1990; ROBERTS; DOWLING, 2002; CAIXETA *et al.*, 2011; CARDOSO *et al.*, 2013), e dados os fatos de distinção entre legalidade ou não nas decisões de redução de impostos sobre o lucro, o estudo se pautou no cenário em que essas práticas mesmo com a dificuldade existente de classificação se tornam agressivas ao ponto de entrarem em processos litigiosos, que por sua vez podem atingir sua reputação.

Segundo dados da Fundação Getúlio Vargas (FGV-SP, 2022) em média quase 90% das empresas brasileiras têm algum problema fiscal. No comércio, 96% dos estabelecimentos têm alguma irregularidade, enquanto na indústria, 92% das empresas não estão completamente regularizadas. Esse número tende a se reduzir quando se analisa apenas os tributos incidentes sobre o lucro, um cenário fértil para possíveis ingressos em processos litigiosos.

No Brasil o tema ainda é incipiente, sendo os poucos estudos existentes voltados para critérios de decisões do CARF (MARTINEZ; COELHO, 2016), ou para investigar os montantes em jogo nos processos de litígios. É o caso do estudo de Pegas (2018), que em lugar de consultar os processos pelo portal do CARF, o autor adota uma metodologia diferente, analisando o contencioso pelas demonstrações financeiras divulgadas pelas empresas. Apesar disso, não há estudo que investigue se de fato os processos de litígios podem ou não impactar a reputação corporativa quando associados a um baixo nível de tributação, ponto que diferencia o presente trabalho.

2.3.

Reputação corporativa

No Brasil a literatura é escassa no que tange a associação da reputação com o âmbito tributário. Porém é possível encontrar estudos que fazem outras relações, como reputação

corporativa e o desempenho econômico-financeiro, a exemplo de Pletsch *et al.* (2020). Os autores não puderam afirmar que a reputação, medida pelas variáveis escolhidas (Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE e as Maiores e Melhores empresas da Revista Exame - MM), possuem relação com o desempenho, e trazem à tona as discussões sobre a dificuldade de mensurar o constructo.

Quando se fala de litígios fiscais, o cenário é semelhante no que diz respeito a escassez de literatura. Contudo, pode-se encontrar estudos que já trabalharam o constructo, que embora ainda sejam incipientes, demonstraram a viabilidade de pesquisa (MARTINEZ; COELHO, 2016).

Frombun e Shanley (1990) foram os primeiros no debate acadêmico sobre a reputação corporativa. Os autores concluem que a reputação é o resultado de todo um processo competitivo em que as empresas sinalizam suas características-chave, com o intuito de maximizar seu status social. Apontam ainda a reputação como a percepção que os diversos *stakeholders* formam da entidade a partir de experiências e informações que chegam a seu conhecimento.

A reputação corporativa é um constructo de difícil definição conceitual (WALKER, 2010). Na literatura podem ser encontradas diversas conceituações de autores diferentes. Para Weigelt e Camerer (1988), trata-se de um conjunto de atributos que é resultante das ações passadas da empresa. Cable e Graham (2000) trazem a discussão para o cunho mais social ao afirmarem que a reputação se trata de uma avaliação afetiva do público sobre o nome da empresa em relação as demais. Whetten e Mackey (2002) por sua vez, afirmam que a reputação organizacional se trata de um *feedback* particular que as organizações recebem de seus *stakeholders* acerca da credibilidade das reivindicações da identidade da organização.

Dowling (1986) e Frombun e Shanley (1990) entram em consenso ao relacionarem a reputação com a percepção da gestão e a construção da imagem corporativa alicerçada no perfil das organizações relativas às decisões de investimentos, decisões profissionais e das escolhas de produtos. Dessa forma, a reputação de uma empresa transmite informações sobre seus produtos, funcionários, estratégias e planos futuros para diversos públicos em relação aos concorrentes.

Os autores ainda enfatizam que uma das consequências relevantes da boa reputação, quando já consolidada, é a de que as empresas podem partir da prerrogativa para praticar

preços artificialmente altos (Preços *Premium*), atrair melhores funcionários e facilitar o acesso ao mercado de capitais na busca de investidores.

Sob a ótica empresarial, para este estudo, a reputação esteve voltada nesta relação de transmissão de informações por parte dos gestores para o público interessado, partindo do pressuposto que as estratégias são formuladas para melhoria dessa relação e para a consolidação da empresa como detentora de boa reputação (FOMBRUN; VAN RIEL, 1997).

Para Montardo e Carvalho (2012), um dos principais fatores que acentuam a dificuldade na definição da reputação é a relação desse constructo com a perspectiva de imagem e identidade, pois por vezes são confundidos e tratados como se tivessem o mesmo significado. Vance e Ângelo (2007) afirmam que a imagem corporativa é o resultado da avaliação que cada *stakeholder* faz da empresa, a partir de suas próprias crenças, valores e sentimentos. Os autores também apontam que as interações pessoais com uma empresa, como a compra de bens ou serviços, impactam diretamente na imagem formada pelos indivíduos.

Este pensamento se alinha com as ideias de Markwick e Fill (1997), quando eles afirmam que a percepção que todas as partes interessadas têm da forma como a empresa está posicionada é chamada de imagem corporativa. Já a identidade corporativa refere-se às manifestações visíveis da realidade de uma organização, como nomes, marcas, símbolos, patrocínios e, principalmente, a visão da empresa (ARGENTI; FORMAN, 2002). Os autores Chun *et al.* (2005) conceituam identidade corporativa como algo que é decorrente de uma visão interna à empresa, ou seja, da percepção dos empregados sobre ela. Sobre a imagem, ela é associada a uma visão externa, em especial a dos consumidores.

Os autores ressaltam que a reputação é um fenômeno complexo. O principal ponto de vista abordado na década de 1960 foi o do consumidor. Somente na década de 1970 surgiram os estudos sobre a perspectiva dos funcionários. Chun *et al.* (2005) descrevem reputação como um termo coletivo que se refere às perspectivas de todos os *stakeholders* sobre a reputação corporativa, incluindo identidade e imagem, onde identidade se refere à percepção dos funcionários da empresa e imagem se refere à percepção dos agentes externos da empresa.

Nesse sentido, os autores consideram que a reputação corporativa é a soma da imagem e da identidade, sendo correspondentes as percepções internas e externas da organização. Chun *et al.* (2005) corroboram essa afirmação, defendendo que a imagem e a identidade

corporativa são um elemento de reputação. Como resultado, quanto melhor a reputação corporativa, mais alinhadas são a imagem e a identidade (HATCH; SCHULTZ, 1997).

Argentine e Forman (2002) também se alinham a esse pensamento quando concluem que, quando há o alinhamento entre as percepções dos diferentes grupos com a identidade da empresa, considera-se que houve sucesso na formação da reputação corporativa. Já quando há uma desconexão entre a identidade de uma empresa, também conhecida como realidade, e a percepção da comunidade, isso significa que pode ter ocorrido uma falha na estratégia de alinhamento, ou a identidade da empresa pode precisar ser alterada.

Dowling (2001) emprega uma variedade de conceitos para definir a reputação corporativa. Segundo o autor, o seu conceito se refere a um constructo baseado em valor. Ele reconhece que executivos, consultores e acadêmicos usam os termos identidade, imagem e reputação corporativa de forma intercambiável. Como resultado, a reputação corporativa é definida em termos de valores humanos como autenticidade, honestidade e responsabilidade, que estão associados à imagem de uma empresa.

Fombrun e Van Riel (1997) apresentam uma lista de características que consideram inerentes ao conceito de reputação corporativa. O quadro 1 descreve algumas delas:

Quadro 2- Características da reputação corporativa

A reputação está relacionada à identidade interna da empresa, que é criada a partir da visão dos empregados.
A reputação está relacionada a ações passadas da empresa e constitui barreiras móveis a ações da empresa e de seus concorrentes, atuais e potenciais.
A reputação resume como diferentes grupos avaliam o desempenho passado da empresa.
A reputação deriva das imagens formadas sobre a empresa por diferentes grupos de interesse e, desse modo, fornece informações sobre a atratividade global da firma para todos os <i>stakeholders</i> . Considera-se que há relação entre as múltiplas imagens formadas sobre a empresa.
A reputação engloba duas dimensões essenciais da avaliação de desempenho da empresa, associadas a aspectos financeiros e à responsabilidade social.

Fonte: Fombrun; Van Riel (1997); Vance; Ângelo (2007)

Vale destacar que um dos pontos de concordância é o reconhecimento da diversidade de públicos com os quais a empresa se relaciona. É um tema cada vez mais evidente em um mundo cada vez mais integrado em termos de comunicação e troca de informações, bem como a partir da presença de consumidores cada vez mais conscientes e exigentes (VANCE; ÂNGELO, 2007).

Segundo Fombrun e Van Riel (1997) existem diversas áreas que se interessam e promovem estudos acerca da reputação corporativa, o que para os autores é um ponto muito

positivo, visto que contribui para um debate em busca de um constructo que seja aceito de forma unânime no meio acadêmico. Vance e Ângelo (2007) ressaltam ainda que além desse interesse multidisciplinar, a formação da teoria está intrinsecamente ligada ao desenvolvimento dos negócios na prática. Isso porque nos últimos anos a divulgação pública de operações ilegais de empresas como Enron e WorldCom, bem como práticas antiéticas, o uso de trabalho infantil pela Nike e outras empresas, além de desastres ambientais como a Exxon Valdez, despertou novos consumidores e demanda dos investidores.

Chun *et al.* (2005) por sua vez se alinham ao pensamento de Fombrun e Van Riel (1997), ao elencar alguns princípios que definem o que entendem como sendo paradigmas da reputação corporativa, sendo eles: múltiplos *stakeholders* precisam ser considerados; os principais elementos das reputação se relacionam; a reputação é criada a partir de interação múltipla; são valiosas e têm valor; reputações podem ser gerenciadas; está relacionada com o desempenho financeiro; pode ser mensurada; pode ser mais facilmente perdida do que criada; e pode ser melhor estudada aplicando-se uma abordagem interdisciplinar.

Ao analisar a literatura acerca do tema nota-se que as pesquisas sobre reputação corporativa e seu conceito têm focado em três tipos de abordagens: reputação como um ativo intangível e estratégico das companhias (HALL, 1993; DELGADO-GARCIA; QUEVEDO-PUENTE; DÍEZ-ESTEBAN, 2013; ALMEIDA; AÑEZ, 2009), como uma avaliação moral realizada pelos *stakeholders* e como uma percepção, significando que ela nasce da percepção dos *stakeholders*, em particular dos seus clientes (BARNETT; JERMIER; LAFFERTY, 2006). Dessa forma, percebe-se que a reputação corporativa está associada a várias vantagens estratégicas, como benefícios competitivos de longo prazo (DELGADO-GARCÍA; QUEVEDO-PUENTE; DÍEZ-ESTEBAN, 2013).

Nesse cenário, a prática do gerenciamento da reputação corporativa mostra-se uma ferramenta fundamental para o alcance dos objetivos das empresas, visto que os *stakeholders* tendem a preferir companhias que tenham boa reputação corporativa (FOMBRUN; SHANLEY, 1990). O presente estudo enquadra-se nessas três linhas, pois entende que a reputação é um ativo importante para a empresa e pretende estudar a avaliação e a percepção das partes interessadas, frente aos processos de litígios fiscais, afim de verificar a existência de impactos na reputação corporativa.

Embora existam vantagens trazidas pela boa reputação, Chun *et al.* (2019) alertam que também há riscos com esse cenário, pois uma empresa já consolidada pode sofrer danos, caso sua reputação seja afetada, o que denota fragilidade. Existem variáveis já apontadas pela literatura que impactam a reputação, como: responsabilidade social (GONÇALVES FILHO *et al.* 2009) e custo de capital (JESUS *et al.*, 2021). Mas não foi encontrado estudo apontando processos litigiosos derivados de práticas tributariamente agressivas e seus impactos na reputação.

Para França (2018) a reputação deve desempenhar um papel significativo no planejamento tributário, o que se alinha com os achados de Graham *et al.* (2014), que ao entrevistarem executivos tributários constataram que a maioria indicou que o dano potencial à reputação de sua empresa é um fator significativo na decisão de empregar ou não estratégias de planejamento tributário. Portanto, o presente estudo verificou se de fato esses danos à reputação se concretizam.

Apesar disso, é necessário ir além das conceituações e relações que envolvem a reputação corporativa, e deve-se avaliar também sua forma de mensuração. Nesse aspecto, Ponz, Fombrun e Gardberg (2011) afirmam que não há um consenso. Chun *et al.* (2005) pontuam que a ferramenta de mensuração é dependente da abordagem que o pesquisador resolver adotar. É possível constatar essa falta de consenso ao analisar os estudos que já foram desenvolvidos. Alguns consideram os índices no *ranking* MERCO (BARAIBAR-DIEZ; SOTORRÍO, 2018; PEREZ-CORNEJO, QUEVEDO-PUENTE, DELGADO-GARCÍA, 2019; JESUS *et al.*, 2021), de sustentabilidade (ROBINSON *et al.*, 2008; ALDAZ; ALVAREZ; CALVO, 2015), nos *rankings* da mídia (CRUZ; LIMA, 2010; de LUCA *et al.*, 2015), dentre outros.

Este trabalho em especial captou a reputação por diferentes métricas: o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), e o ranking da Revista Exame: Maiores e melhores (MM). Essas métricas foram escolhidas na intenção de perceber a reputação corporativa, segundo suas especificidades que se concentram na captura das percepções passadas e projeções futuras da companhia pelos *stakeholders*. Nesse sentido, as métricas escolhidas atingiram parte dessas percepções, que carregam dificuldades em serem mensuradas totalmente (FOMBRUN, 1996).

O Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE é um índice elaborado pela B3 com a função de perceber as melhores práticas de sustentabilidade, semelhantemente como é feito em âmbito internacional através do *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI da bolsa americana *Dow Jones*). O índice é consistente no que diz respeito a sua metodologia e adequado para qualificar as empresas com boa reputação (MICHELON, 2007). Ao direcionar a metodologia para o âmbito de sustentabilidade, o ISE se equipara com outros índices internacionais como o DJSI, o que permite a possibilidade de comparação entre empresas nacionais e internacionais no quesito sustentabilidade, mesmo em diferentes contextos nacionais.

Compõem a carteira ISE 4 empresas com maior liquidez na bolsa, que são selecionadas com base em um questionário que busca filtrar as empresas com melhor desempenho financeiro, social e ambiental de forma conjunta (B3, 2022). Há estudos que corroboram com a premissa de que o índice de sustentabilidade é uma *proxy* adequada para mensurar a reputação corporativa, e que se mostra estatisticamente significativa nessa relação (CRUZ E LIMA, 2010; SANTOS *et al.*, 2012).

No trabalho de Lourenço *et al.* (2014), os autores puderam verificar que as empresas incluídas no índice de sustentabilidade têm melhor reputação, e essa reputação afeta a forma como os *stakeholders* veem a organização. Os resultados ainda indicam que o valor de mercado do lucro líquido para empresas com boa reputação é maior.

A revista *Exame*, semelhantemente às revistas internacionais, como a revista *Management Today*, *Birmingham City Business School*, e a *Fortune*, elabora anualmente *rankings* das empresas que mais se destacaram no período. As Maiores e Melhores (MM) da revista *Exame* classifica empresas por critérios como resultados contábeis-financeiros, crescimento e *environmental, social and governance* (ESG). Vale a observação de que questões relacionadas a escândalos, crimes, corrupção e questionamentos sociais são considerados de forma subjetiva nas avaliações de ESG, buscando sempre ser o maior equilíbrio na avaliação (EXAME, 2021).

Esta métrica é capaz de capturar a reputação corporativa por abranger percepções de analistas de mercado, da mídia e partes interessadas. Ao analisar os resultados contábeis-financeiros, a metodologia da Revista *Exame* (2021) considera o Retorno Sobre o Patrimônio Líquido (ROE), que permite avaliar a rentabilidade na visão dos sócios investidores do ativo, Retorno Sobre o Capital Empregado (ROCE). Este último permite avaliar a rentabilidade

sobre a totalidade de capital empregado no ativo e índices de liquidez e endividamento que refletem a saúde financeira da empresa.

Quanto ao crescimento avalia-se prioritariamente o das receitas entre um período e outro, pensando em verificar quem apresentou o melhor crescimento de mercado no período. A ESG por sua vez trabalha 21 questões relacionadas ao ESG das empresas, sendo 7 ambientais, 7 Sociais e 7 de Governança, com o objetivo de compor a nota desse indicador.

O *ranking* Maiores e Melhores da Revista Exame possui a metodologia semelhante à da revista *Fortune* que por sua vez é comumente utilizada em pesquisas de negócios (FOMBRUN, SHANLEY, 1990; BAI *et al.*, 2017; ORLIZKY, SCHMIDT, RYNES, 2003). A mensuração da reputação corporativa por meio de " guias de reputação " auxilia na criação de uma percepção positiva da empresa entre seus *stakeholders*. Diante das perspectivas da mídia e do mercado, é, portanto, uma medida que pode efetivamente capturar a reputação (ORLIZKY, SCHMIDT, RYNES, 2003).

Como o conceito adotado para o presente estudo é o da capacidade da empresa de atender as expectativas dos seus diversos *stakeholders*, partindo da premissa de que a reputação é o resultado da avaliação geral de determinada empresa ao longo do tempo, pode-se também fazer uma abordagem conceitual a luz da teoria da aparência que parte de premissas semelhantes.

A teoria da aparência surgiu como reação à excessiva formalização de certas situações, o que é recente, pois só a partir dos últimos cem anos é que surgiu a necessidade, nas relações negociais, de se desprezar a realidade pela aparência (MALHEIROS, 1978). Nota-se por sua vez que a reputação corporativa está mais ligada ao que a empresa aparenta para seus interessados do que de fato é na realidade, sendo este um dos motivos dos impactos de escândalos envolvendo empresas (CONDÉ *et al.*, 2015).

Segundo Álvaro Malheiros (1978) a aparência é fruto das exigências da rapidez nas comunicações, da aceleração dos negócios e da circulação dos bens na vida moderna. A aparência é justificada por possuir conexões fixadas com as realidades da vida, comuns a sociedade, pois o homem dá menos peso ao conteúdo de suas ações e dá mais importância aos fatores externos e aparentes do que a realidade (RIZZARDO, 1982).

Kumpel (2007) afirma que o direito brasileiro prevê a teoria da aparência e possui os pressupostos de sustentação necessários para a aplicação dessa teoria, não sendo, portanto,

necessário o uso de pressupostos estrangeiros para isso. Uma vez que um grupo que acredita nas aparências como fato as confunde com a realidade, elas podem dar origem a direitos. Dessa forma, o provedor que ostensivamente cria uma realidade e estimula a sociedade a acreditar no que foi revelado, seja via publicidade enganosa ou abusiva, criou expectativas legítimas que devem ser protegidas pela lei (PEREIRA, 2010).

A teoria da aparência têm relação e amplia o campo de estudos para explicar o comportamento das empresas frente a manutenção de sua reputação, uma vez que ambas, como pode-se notar, têm uma relação em evidência, à medida que a teoria da aparência também reforça a dificuldade de conceituar e mensurar a reputação corporativa ao levar a discussão para o âmbito do direito.

3. METODOLOGIA

3.1.

Classificação da pesquisa

Este trabalho procurou verificar se a reputação é afetada por processos de litígio fiscal referentes a tributos sobre o lucro, associados a um baixo nível de tributação. Portanto, a pesquisa é classificada como exploratória, pois há pouco conhecimento sobre a temática, inclusive sobre a relação entre as três variáveis estudadas: nível de tributação sobre o lucro, litígio e reputação. Assim, buscou-se conhecer com maior profundidade o assunto, de modo a torná-lo mais claro ou construir questões importantes para a condução da pesquisa (RAUPP; BEUREN, 2006).

A abordagem do problema se classifica como quantitativa, pois examina as relações entre as variáveis, que são medidas numericamente e analisadas, utilizando uma variedade de técnicas de estatísticas e gráficos (SAUNDERS; LEWIS; THORNHILL, 2016).

3.2.

Coleta e amostra da pesquisa

A coleta de dados foi realizada através da base de dados ECONOMÁTICA®, Sítio do Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (CARF), no âmbito federal, por serem os

tributos estudados no presente trabalho de competência federal (IRPJ e CSLL). Foi feita também no portal da receita federal e *rankings* de reputação (Revista Exame e Índice de Sustentabilidade Empresarial - ISE) das empresas de capital aberto listadas na B3 no período que compreende 2010 a 2021, excluindo-se as pertencentes ao setor financeiro por terem regimes de tributação diferenciados. As empresas de classe de ações preferenciais (PN) também foram retiradas da amostra, constando apenas as ordinárias. As que não apresentaram informações suficientes para o cálculo das variáveis também foram excluídas da amostra. Embora o período adotado na pesquisa tenha iniciado após a implantação das leis nº 11.638/07 e 11.941/07, não foi criada uma variável para controle do Regime Tributário de Transição - RTT, que perdurou até 2014 (Lei 12.973/14), pois ela explica mais sobre o nível de tributação e não é esta a variável dependente do estudo, e sim a reputação. Não foi observada relação entre o RTT e a reputação que justificasse sua inclusão como variável de controle no modelo.

Tabela 1 – Amostra da pesquisa. 2010 a 2021

PAINEL A: Composição da amostra da pesquisa. 2010 a 2021

Empresas	
(-) Bancos, intermediação financeira, seguradoras e corretoras.	611 (120)
(-) Dados ausentes/insuficientes para o cálculo das variáveis.	(134) 357
Total de empresas da amostra	

Fonte: Economática®

Tabela 2 – Amostra da pesquisa por setores econômicos. 2010 a 2021

PAINEL A: Composição da amostra da pesquisa. 2010 a 2021

Setores	
Industrial	82
Comercial	23
Construção Civil	30
Telecomunicação, água e energia	76
Transporte e serviços relacionados	59

Outros setores	87
TOTAL	357

Fonte: Economática®

3.3.V

variáveis da pesquisa

A reputação corporativa (REPUT) foi mensurada através de duas medidas, sendo elas: o Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 (ISE) e o *ranking* da revista Exame Melhores e Maiores de empresas brasileiras (MM) que são métricas reconhecidas e comumente utilizadas em outros estudos (FRANÇA, 2018; DUTRA; PARENTE, 2018; VELLO, MARTINEZ, 2014). Segundo Orlizky, Schmidt e Rynes (2003), medir a reputação corporativa através de métricas que capturam a perspectiva da mídia e do mercado auxiliam no desenvolvimento de uma imagem positiva para os *stakeholders*.

A revista Exame usa de uma metodologia baseada em três critérios: Resultados Contábeis-Financeiros: o que leva em consideração o retorno sobre o capital (ROE), Índice de liquidez seca, alavancagem ou índice de endividamento; Crescimento: neste caso é observado o crescimento das receitas; e por último o *Environmental, social and corporate governance* (ESG): onde são trabalhadas questões ambientais, sociais e de governança, o que captura de forma abrangente os conteúdos já discutidos.

O ISE é utilizado porque entende-se que essa *proxy* captura de forma semelhante os conceitos abordados, justamente por esse indicador avaliar a eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa. Como o indicador se assemelha com o *Dow Jones* (DJSI) utilizado no estudo de Michelin (2007), pode facilitar uma possível comparação com empresas estrangeiras (CRUZ; LIMA, 2010).

Para a variável litígios (LITIG), foi levado em consideração os acórdãos divulgados pelo CARF¹. Todas as empresas da amostra foram consultadas através do CNPJ no período compreendido entre 2010 a 2021 no portal do Conselho, e filtrados os acórdãos para aqueles que se referissem somente aos tributos sobre o lucro, sendo utilizado uma variável *dummy* onde 1 é atribuído para o ano que houvesse litígio e 0 para quando não houvesse. Para classificar desta forma foi levada em consideração a data da publicação da decisão no portal do CARF, visto que se entende que os impactos na reputação podem se dar no ano da divulgação do litígio. Ainda que este se refira a anos anteriores, o impacto na reputação se dá no presente. Feita a coleta, chegamos a um total de 175 empresas que tiveram em algum ano do período analisado ao menos um litígio envolvendo tributos sobre o lucro e um total de 343 observações.

Tabela 3 – Amostra da pesquisa por reputação e litígio. 2010 a 2021*

PAINEL A: Composição da amostra da pesquisa. 2010 a 2021

Litígio	343
Maiores e melhores (MM)	921
Índice de sustentabilidade empresarial (ISE)	244

Fonte: Sítio CARF; B3; Revista Exame.

*Os dados representam o número de ocorrências do evento no período de 2010 a 2021, num total de 4296 observações.

Já para o nível de tributação sobre o lucro (NTL) a medida é feita através da *proxy* ETR. Para sua medição, utilizou-se a ETR total (GAAP) e a ETR corrente. O cálculo da ETR GAAP consiste na divisão da Provisão para Imposto de Renda e Contribuição Social pelo Lucro Antes do Imposto de Renda - LAIR (FRANÇA *et al.*, 2017; MARTINEZ, RAMALHO, 2017) conforme é demonstrado na Equação a seguir:

Equação 1

$$ETR = \frac{\text{Provisão para IRPJ e CSLL}}{LAIR}$$

Onde,

IRPJ= Imposto de Renda da pessoa Jurídica

¹ Através do link:

<https://carf.fazenda.gov.br/sincon/public/pages/ConsultarJurisprudencia/consultarJurisprudenciaCarf.jsf>

CSLL= Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido

LAIR= Lucro Antes do Imposto de Renda

A partir desse cálculo, pôde-se também encontrar a ETR Corrente, subtraindo o IR diferido do denominador, conforme a equação abaixo:

Equação 2

$$ETR = \frac{\text{Provisão para IRPJ e CSLL-IR diferido}}{LAIR}$$

Onde,

IRPJ= Imposto de Renda da pessoa Jurídica

CSLL= Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido

LAIR= Lucro Antes do Imposto de Renda

Para Baixo nível de tributação (BNTL) criou-se uma variável *dummie* tomando por base a mediana da ETR corrente, já que sua medida não leva em consideração o IR diferido, tornando assim a variável mais adequada, visto que sua razão reflete melhor o impacto financeiro causado pelos tributos sobre o lucro. Foi considerado como BNTL as empresas que possuíam sua ETR corrente abaixo da mediana do setor econômico, assumindo assim o valor 1. As empresas que apresentaram valores acima da mediana assumiram valor 0, não sendo classificadas como baixo NTL, seguindo a metodologia realizada por Marchesi e Zonateli (2020). Assim, construiu-se uma *proxy* baseada na mediana de tributos sobre o lucro de cada setor econômico, considerando como de baixo nível de tributação sobre o lucro aquelas empresas que estavam abaixo dessa mediana.

As variáveis de controle são utilizadas por meio de uma coleção de métricas comumente aplicadas em pesquisas acadêmicas, visando trazer uma maior robustez nos resultados ao melhorar a qualidade informativa das variáveis principais (WATTS; ZIMMERMAN, 1986; FERNÁNDEZ-RODRÍGUEZ; MARTÍNEZ-ARIAS, 2014; PARISI, 2016).

Tamanho (TAM): empresas maiores tendem a atrair mais atenção do mercado e consequentemente de um número maior e mais diversificado de *stakeholders*, uma vez que tendem a operar em locais e segmentos de mercado mais diversificados. Como resultado, as empresas maiores constroem uma reputação melhor investindo em atividades que consideram ter um impacto positivo, permitindo que elas tenham um melhor relacionamento com seus *stakeholders* (ROBERTS; DOWLING, 2002).

Retorno sobre o ativo (ROA): estudos sugerem que uma projeção otimista do desempenho da empresa demonstra que elas têm o potencial de atingir alguns de seus objetivos, quer sejam eles econômicos ou sociais (BEAR; RAHMAN; POST, 2010; ROBERTS; DOWLING, 2002; FOMBRUN; SHANLEY, 1990). Dessa forma, entende-se que um desempenho favorável contribui de forma positiva com a reputação.

Estrutura de propriedade (PROP): a configuração do controle acionário, que pode ser classificado em três grupos, sendo eles, majoritário, compartilhado e disperso, é uma das características da estrutura patrimonial que pode afetar a reputação corporativa (PRUDÊNCIO, 2020). Segundo Shleifer e Vishny (1997) a presença de um acionista majoritário tende a reduzir os conflitos de agência entre acionistas e gestores, facilitando o alinhamento de interesses entre proprietários e gestores. Ainda assim, um alto nível de controle pode facilitar a expropriação de acionistas minoritários por meio de benefícios privados vinculados ao controle da empresa (YOUNG *et al.*, 2008; MARQUES; GUIMARÃES; PEIXOTO, 2015). Frente aos conflitos de agência e risco de expropriação, entende-se que há um risco de investimento nas empresas com controle majoritário, que percebido pelos *stakeholders* pode afetar a reputação. No controle compartilhado onde mais de um acionista participa deste controle, e no disperso onde não há sócio controlador, os riscos supracitados e conflitos de agência são reduzidos, podendo afetar a reputação de forma positiva.

Governança corporativa (GOV_CORP): de acordo com estudos anteriores, as boas práticas de governança são capazes de afetar a reputação (BEAR; RAHMAN; POST, 2010; KUMARAN; THENMOZHI, 2016). Estes estudos propõem que empresas com melhores práticas de governança corporativa passam mais confiança para o mercado, o que causa um efeito positivo na sua imagem e, portanto, pode trazer uma valorização em termos de reputação.

Setor (SETOR): foram utilizadas *dummies* dos setores econômicos a fim de controlar os efeitos de diferenças contábeis e tributárias provenientes dos incentivos fiscais, concedidos a determinados setores ou atividade econômica. Assim, foi dividido da seguinte forma: setor industrial; setor comercial; setor de construção civil; telecomunicação, água e energia; transporte e serviços relacionados; outros setores.

Nível de endividamento (ENDIV): estudos realizados demonstram relação significativa entre o endividamento das empresas e sua reputação, tendo em vista que empresas mais endividadas e, conseqüentemente, com sua capacidade de geração de riqueza comprometida, têm sua reputação negativamente afetada (COSTA *et al.*, 2015; LOPES *et al.*, 2017).

O Quadro 3 traz o resumo das variáveis que foram utilizadas no estudo, juntamente com as de controle:

Quadro 3 - Resumo das variáveis do estudo

VARIÁVEL	PROXY	OPERACIONALIZAÇÃO	SINAL ESPERADO	FONTE DE DADOS
Reputação Corporativa (REPUT)	Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3	Variável categórica para as empresas listadas no <i>ranking</i> , sendo 0 para		Revista Exame e ISE

	(ISE) e anuário da revista Exame Melhores e Maiores de empresas brasileiras (M&M)	ausência no <i>ranking</i> e 1 para presença.	Não Se aplica	
Litígios (LITIG)	Acórdãos divulgados pelo conselho administrativo de recursos fiscais (CARF)	Variável <i>dummy</i> da presença de litígios fiscais relativos a tributos sobre o lucro, sendo 0 para ausência de litígios e 1 para presença.	(-)	Portal do CARF.
Nível de Tributação sobre o Lucro (NTL)	ETR GAAP e ETR corrente	Razão entre as provisões de tributos sobre o lucro pelo Lair para ETR GAAP e para ETR corrente a mesma razão, porém desconsiderando o IR diferido.	(-)	Economática®
Baixo nível de tributação (BNTL)	ETR corrente	1 se a variável é menor do que a mediana do setor, 0 caso contrário	(-)	Economática®
Tamanho da empresa (TAM)	Tamanho da empresa	Logaritmo natural do total de ativos	(+)	Economática®
Retorno sobre os ativos (ROA)	Retorno sobre os ativos	Lucro líquido dividido pelo ativo total	(+)	Economática®
Estrutura de propriedade (PROP)	Configuração do Controle acionário	Variável <i>dummy</i> de configuração do controle acionário: majoritário, compartilhado e disperso. Sendo 0 para empresa que se enquadrasse na respectiva configuração de controle acionário e 1 para não.	(+) se majoritário (-) se compartilhado (+) se disperso	Formulário de Referência (itens 15.1/2)
Governança corporativa (GOV_CORP):	CGIndex	Empresas classificadas nos níveis: Novo mercado, 1 e 2 da B3, sendo 0 para ausência nesses níveis e 1 para presença.	(+)	Índice B3
Setor (SETOR)	Setor de econômico	Variável <i>dummy</i> de setor econômico atribuindo 1 para quando a empresa pertencer a seu respectivo setor: comércio, indústria, construção civil, telecomunicação, transporte e outros, e 0 para não.	Não se aplica	Economática®
Nível de Endividamento (ENDIV)	Nível de endividamento	$\frac{PCi,t + PNCi,t}{ATi,t}$	(-)	Economática®

Fonte: Revista Exame, Índice de Sustentabilidade, Portal do CARF, Economática, B3 (2022).

3.4.

odelos

M

Para atingir o objetivo do estudo, que consistiu em verificar se a reputação é afetada por processos de litígio fiscal referente a tributos sobre o lucro, associados a um baixo nível de tributação, foram realizadas estimações por meio de modelo econométrico proposto na equação 3:

Equação 3

$$\text{REPUT} = \beta_0 + \beta_1 \text{LITIG}_{it} + \beta_2 \text{BNTL}_{it} + \beta_3 \text{LITIG} * \text{BNTL}_{it} + \beta_4 \text{CONTROL}_{it} + \varepsilon_{it}$$

Onde,

REPUT= Reputação corporativa (pelas *proxys* ISE e Maiores e Melhores empresas da revista Exame)

LITIG= Litígio fiscal

BNTL= Baixo Nível de Tributação

CONTROL= variáveis de controle

O modelo acima é a base para as estimações, pois além de analisar a variável dependente e a reputação com duas *proxys* diferentes, foram analisados modelos com alternâncias de variáveis de controle, a saber as variáveis de setores e estrutura de propriedade.

Foi utilizado o modelo de regressão logística por ser a melhor ferramenta para lidar com variáveis dependentes dicotômicas, ou seja, quando o y assume apenas duas categorias (FERNANDES *et al.*, 2020). No caso do estudo: estar ou não listado nos *rankings* de reputação e no ISE. Por ser binária, a variável dependente viola alguns dos pressupostos do modelo de mínimos quadrados ordinários (MQO) como a homocedasticidade, linearidade e normalidade. Dessa forma, a regressão logística se tornou uma ferramenta mais apropriada para lidar com o problema do estudo.

A variável no modelo logístico assume apenas dois valores, sendo 0 e 1. A probabilidade predita no modelo também se limitou a esse intervalo, ou seja, quando X assumiu valores mais baixos, a probabilidade ficou próxima a 0, de igual forma o inverso, quando X assumiu valores mais altos a probabilidade ficou próxima de 1. A regressão logística informou a direção, a magnitude e o nível da significância estatística dessa relação (FERNANDES *et al.*, 2020).

Compreendeu-se que o modelo traz consigo algumas sensibilidades, tal como uma possível perda de informação que pode implicar numa redução de consistência das estimativas (FERNANDES *et al.*, 2019). Essa perda de informação ocorre quando se transforma uma variável quantitativa em categórica. No presente estudo a variável dependente não sofre essa recodificação, visto que foi analisada a presença ou não dos *rankings* em questão.

Entende-se também a sensibilidade a problemas com multicolinearidade. Segundo Kennedy (2005), esse problema pode ser resolvido aumentando o número de observações, o que corrobora o que defende Hair *et al.* (2009), que afirma que o tamanho da amostra é fundamental na regressão logística.

4. RESULTADOS

4.1.

Estatística descritiva

A tabela 4 traz resultados da estatística descritiva. Ressalta-se que os dados foram winsorizados a 1% com a intenção de reduzir os efeitos causados por *outliers*. Por outro lado, os *missing values* foram eliminados da base de dados para viabilizar o processo de estimação dos modelos de regressão logística.

Tabela 4- Estatística Descritiva

Variável	Obs	Média	Desvio Padrão	Min	Percentil			Max
					P25	P50	P75	
Maiores e Melhores	1653	0.350	0.477	0	0	0	1	1
Índice de sustentabilidade empresarial	1653	0.087	0.282	0	0	0	0	1
Litígio	1653	0.095	0.294	0	0	0	0	1
Governança	1653	0.644	0.479	0	0	1	1	1
Baixo nível de tributação	1653	0.459	0.498	0	0	0	1	1
Tamanho	1653	6.175	1.269	1.209	5.841	6.418	6.970	8.142
ETRGAAP	1653	0.163	0.692	-3.722	0	0.173	0.302	3.925
ETRCORRENTE	1653	0.146	0.531	-2.048	0	0.091	0.256	3.472
Retorno sobre ativos	1653	8.335	6.234	-832.206	-0.002	0.009	0.127	5.609
Endividamento	1653	1.024	2.709	0.0016033	0.443	0.608	0.750	24.4
Controle Majoritário	1653	0.292	0.455	0	0	0	1	1
Controle Compartilhado	1653	0.445	0.497	0	0	0	1	1
Controle disperso	1653	0.260	0.439	0	0	0	1	1
Interação GAAP	1653	0.018	0.073	-0.081	0	0	0	0.381
Interação Corrente	1653	0.018	0.076	-0.011	0	0	0	0.477
Interação baixo Nível de Tributação	1653	0.027	0.163	0	0	0	0	1
SETOR1	1653	0.304	0.460	0	0	0	1	1
SETOR2	1653	0.064	0.245	0	0	0	0	1
SETOR3	1653	0.128	0.334	0	0	0	0	1
SETOR4	1653	0.181	0.385	0	0	0	0	1
SETOR5	1653	0.080	0.271	0	0	0	0	1

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Variáveis Explicadas: Com o objetivo de analisar a reputação das empresas cujas *proxys* de desempenho podem ser observadas pelas *dummies* de M&M (Maiores e Melhores da revista exame) e ISE (Índice de Sustentabilidade empresarial da B3) foi possível observar que majoritariamente as empresas não se encontram presentes nos *rankings* de reputação como mostrado na tabela 4 da estatística descritiva. A variável explicada M&M demonstra que 35% das empresas apresentam boa reputação, da mesma forma que a variável explicada ISE revela que aproximadamente 9% destas empresas também apresentam boa reputação, e números alinhados com os estudos acerca de reputação onde as variáveis correspondentes nem sempre atingem 50% da amostra (LUCA *et al.*, 2015; LOPES *et al.*, 2017).

Já para as variáveis explicativas como Governança, 64% das empresas são consideradas boas neste sentido. Quanto aos setores nota-se que 30% das empresas estudadas são pertencentes a indústria (SETOR 1), 6,4% pertencem ao setor de comércio (SETOR 2), 12,8% das empresas são da construção civil (SETOR 3), 18,8% pertencem ao setor de água e energia (SETOR 4) e 8% pertencem ao setor de transportes e serviços (SETOR 5).

As empresas que foram classificadas como Baixo NTL correspondem a 46% do total da amostra, o que sinaliza que quase metade das empresas analisadas estão pagando seus tributos abaixo da mediana dos seus respectivos setores. Quando se observa a estrutura de propriedade, o Controle majoritário (PROPMAJ) corresponde a 29% da amostra, o controle Compartilhado (PROPCOMPARTI) totaliza 44% das empresas sinalizando uma preferência cultura das empresas em manter sua estrutura compartilhada, uma vez que esta forma de estrutura é a predominante na amostra. Já para o controle Disperso percebe-se que 26% das empresas não têm controle centralizado, sendo essa forma de estrutura a que se apresenta em menor escala.

Ao se observar a variável Litígio vê-se que as empresas minoritariamente estão em situação de litígio fiscal, aproximadamente 10%. A interação entre Litígio e Baixo NTL, ou seja, quando os dois eventos ocorrem de forma simultânea a empresa apresenta litígio, e um baixo nível de tributação se apresenta em menos de 3%, o que pode denotar que nem sempre um baixo nível pode acarretar um litígio.

Quanto ao tamanho das empresas, estas apresentam em média 6.17 (escala logarítmica) milhões de reais em ativos de patrimônio ou o equivalente a 478.2 milhões de reais (escala linear). A ETRGAAP e ETR corrente apresentam valores semelhantes em média para as ETRs, com 16% e 14% respectivamente, um resultado esperado haja visto que o cálculo de uma medida para outra se dá apenas pela exclusão do diferido.

Quanto ao ROA nota-se que até 50%, ou segundo quartil das empresas apresentam 0.127 de rentabilidade sob os ativos, enquanto de endividamento até 50% das empresas apresentam 0.60 de nível de endividamento. Para as Interações entre Litígio e ETR corrente e Interação Litígio e ETRGAAP, as empresas apresentam em média um valor de 0.018 para as duas interações com litígio apontando que as *proxys* de ETR são indiferentes quando interagem com situação de litígio fiscal. As Tabelas 5, 6 e 7 apresentam as estatísticas descritivas das variáveis de interesse conforme as *proxies* de reputação utilizadas e segregadas em empresas de reputação forte e reputação fraca. Nota-se que as empresas com reputação fraca estão em maior número em relação àquelas que possuem reputação forte. A maior diferença está na tabela 6 na relação entre litígio fiscal e índice de sustentabilidade empresarial (ISE), com 51% de média para as empresas com reputação fraca e 18% para o grupo que possui reputação forte, ou seja, o fato de as empresas estarem rankeadas nos índices de boa reputação (M&M e ISE) não impede de entrarem em processos de litígio fiscal.

Na tabela 5 observa-se que as empresas com reputação fraca estão em maior número

Empresas	Média	Desvio Padrão	Percentil			Obs
			P25	P50	P75	
Maiores e melhores (MM)						

em relação as que possuem reputação forte nos dois índices de reputação, indicando que estas empresas mantêm um nível de tributação baixo em relação a mediana do seu respectivo setor econômico.

Reputação	Média	Desvio Padrão	P25	P50	P75	Obs
Reputação fraca	0,011	0,104	0	0	0	1.097
Reputação forte	0,069	0,237	0	0	0	588
Índice de sustentabilidade Empresarial (ISE)						
Maiores e melhores (MM)						
Reputação fraca	0,023	0,158	0	0	0	1.097
Reputação forte	0,048	0,215	0	0	0	145
Índice de sustentabilidade Empresarial (ISE)						
Reputação fraca	0,484	0,500	0	0	1	1.540
Reputação forte	0,234	0,425	0	0	0	145

Tabela 5. Estatística descritiva BNTL por *proxies* de Reputação

Fonte: Revista Exame, índice de sustentabilidade empresarial, Econômica (2022).

Na tabela 6 quando observada a relação com litígio e as *proxys* de reputação corporativa, nota-se que há pouca incidência dos processos litigiosos que envolvem tributos sobre o lucro, porém com uma média maior para empresas com reputação forte.

Tabela 6. Estatística descritiva LITIG por *proxies* de Reputação

Fonte: Revista Exame, índice de sustentabilidade empresarial, Portal do CARF (2022).

Empresas	Média	Desvio Padrão	Percentil			Obs
			P25	P50	P75	
Maiores e melhores (MM)						
Reputação fraca	0,510	0,220	0	0	0	1.097

Já na tabela 7 onde é analisada a interação dos dois eventos (Litígio e baixo nível de tributação sobre o lucro) com as *proxys* de reputação percebe-se que embora haja uma queda na média, as empresas com reputação forte estão se sobressaindo, ou seja, o fato de estarem classificadas como empresas de forte reputação não impede de terem baixos níveis de tributação sobre o lucro e processos de litígio fiscal simultaneamente.

Tabela 7. Estatística descritiva interação BNTL com LITIG por *proxies* de Reputação

Reputação forte	0,180	0,385	0	0	0	588
Índice de sustentabilidade Empresarial (ISE)						
Reputação fraca	0,084	0,278	0	0	0	1.540
Reputação forte	0,221	0,294	0	0	0	145

Fonte: Revista Exame, índice de sustentabilidade empresarial, Portal do CARF (2022).

4.2.

egressões Logísticas

Abaixo são apresentados os modelos com MM, a variável de reputação representada pela presença ou não da empresa no ranking das Maiores e Melhores da Exame onde, i e t representam, respectivamente, a empresa e o ano. Foram analisados diferentes modelos a partir do modelo base (Modelo A). Cada modelo interage com diferentes interações das *proxys* de nível de tributação (Baixo NTL, ETRGAAP e ETR corrente) com litígio.

O modelo A1 é o que analisa o Baixo NTL e sua interação com litígio e as principais variáveis de controle, servindo de base para outras modelagens testando o efeito das demais variáveis, a saber, estrutura de propriedade separadamente (PROPMAJ, PROPCOMPARTI, PROPDISPERS) e das variáveis de setores conjuntamente, gerando assim um total de cinco modelos. O mesmo procedimento repetiu-se nos modelos que usaram outras *proxys* de nível de tributação.

Para dar maior robustez aos modelos utilizados foram realizados alguns testes. Dentre eles está o supracitado VIF ou coeficiente de inflação. Este teste indica se há ou não presença de multicolinearidade. Se o VIF for igual a 1 não há multicolinearidade entre os fatores, mas se o VIF for maior que 1, as preditoras podem estar moderadamente correlacionadas. As saídas no presente estudo indicam que o VIF varia em média entre 2 e 2,5, o que sugere alguma correlação, mas não o suficiente para invalidar os modelos. Um VIF entre 5 e 10 indica alta correlação. Acima de 10 pode-se assumir que os coeficientes de regressão estão mal estimados devido à multicolinearidade. Já o teste *Hosmer e Lemeshow* indica a ausência de diferença significativa na distribuição de valores dependentes efetivos e previstos. Essas medidas combinadas sugerem a aceitação do modelo do último passo como um modelo significativo de regressão logística. Quanto mais próximo de 1 o modelo de regressão logístico é aceitável (FERNANDES, FILHO, ROCHA 2021).

4.3.

egressões Logísticas com MM

A tabela 8 contém os resultados do Modelo A1 e suas variações. O modelo A1 não leva em consideração as variáveis de estrutura de propriedade e setores. Já o modelo A2, A3 e A4 consideram a estrutura de propriedade Majoritária, Compartilhada e Dispersa respectivamente, havendo permuta entre as variáveis, onde a inclusão de uma exclui a presença das outras duas. Ressalta-se também que os modelos supracitados não levam em consideração os setores. Isso remete ao modelo A5, que inclui as variáveis de setores, mas que não mantém as variáveis de estrutura de propriedade.

A abordagem foi assim adotada por se considerar metodologicamente mais adequada. Prudêncio (2020) demonstra em seu estudo que há um impacto na reputação quando os controles são majoritários, compartilhados ou dispersos. Dessa forma, cada estrutura foi testada a fim de avaliar seu impacto. Já quanto aos setores Torres *et al.* (2011) discutem sobre sua relação volátil com a reputação, destacando a importância de se analisar a variável de forma separada.

Os modelos apresentam resultados satisfatórios no que concerne ao coeficiente de explicação, uma vez que o coeficiente pseudo R^2 varia entre 0.1774 e 0.2113. O VIF, coeficiente de inflação de Variância apresenta um valor baixo em todos os modelos apontando que não há forte presença multicolinearidade entre as variáveis em nenhum dos modelos.

Tabela 8- resultados dos Modelos A1 ao A5

VARIÁVEIS	MODELO A1			MODELO A2			MODELO A3			MODELO A4			MODELO A5		
	LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC	
MM	COEF.	ODDS RATIO	P> Z												
LITIG	0.371	1.449	0.093	.341	1.407	0.126	.390	1.476	0.078	.345	1.413	0.119	.219	1.245	0.336
BAIXONTL	-.374	.688	0.003	-.352	.7028	0.005	-.347	.707	0.006	-.388	.678	0.002	-.301	.740	0.022
INTERAÇÃO NTL	1.306	3.690	0.002	1.311	3.710	0.003	1.257	3.513	0.004	1.347	3.847	0.002	1.148	3.153	0.009
TAM	1.153	3.167	0.000	1.143	3.137	0.000	115.872	3.186	0.000	1.142	3.132	0.000	1.151	3.163	0.000
ROA	.002	1.002	0.031	.002	1.002	0.022	.002	1.002	0.029	.002	1.002	0.029	.002	1.002	0.043
ENDIV	.016	1.016	0.707	.002	1.003	0.951	.015	1.015	0.722	.012	1.012	0.785	-.006	.994	0.889
GOV	.044	1.045	0.748	.294	1.342	0.049	.091	1.095	0.517	.097	1.102	0.489	.156	1.169	0.326
PROPMAJ	NÃO	-	-	.689	1.992	0.000	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-
PROPDISPERS	NÃO	-	-	NÃO	-	-	-.305	.737	0.023	NÃO	-	-	NÃO	-	-
PROPCOMPARTI	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	-.261	.770	0.027	NÃO	-	-
SETOR INDUSTRIAL	NÃO	-	-	.762	2.143	0.000									
SETOR COMERCIAL	NÃO	-	-	1.416	4.122	0.000									
SETOR DE CONSTRUÇÃO CIVIL	NÃO	-	-	-.247	.781	0.261									
TELECOMUNICAÇÃO, ÁGUA E ENERGIA	NÃO	-	-	.614	1.848	0.003									
TRANSPORTE E SERVIÇOS RELACIONADOS	NÃO	-	-	-.270	.763	0.286									
PSEUDO R ²	0.1774			0.1890			0.1798			0.1796			0.2113		
MEAN VIF	2.29			2.41			2.20			2.30			2.67		
CORRECTLY CLASSIFIED	70.45%			72.23%			70.98%			70.98%			74.78%		
TESTE HOSMER-LEMESHOW	0.9083			0.6334			0.8606			0.8893			0.8294		

Fonte: Economática®, Anuário Melhores & Maiores da Exame e CVM (2010-2021).

Nota 1: modelo estimado ao nível de significância de 5%: MM= β_0 + β_1 LITIGit+ β_2 BNTLIt+ β_3 INTERAÇÃO NTLit+ β_4 TAMit+ β_5 ROA+ β_6 ENDIV+ β_7 GOV+ ϵ it

Nota 2: Onde,

MM= Maiores e Melhores

LITIG= Litígio fiscal

BNTL= Baixo Nível de Tributação

TAM= Tamanho

ROA= Retorno Sobre Ativos

ENDIV= Endividamento

GOV=Governança

Em relação a variável explicada MM, apenas nos modelos A1 e A3 os resultados apontam uma relação significativa com um coeficiente positivo (LOGIT) com a variável LITG. Pode-se afirmar que quando houver litígio maior é a probabilidade de a empresa ter uma reputação forte, seguindo uma linha oposta ao esperado pelo estudo. Ao analisar a razão de chances (*Odds ratio*) os resultados apontam para o modelo A1 um aumento de 44,9% na chance da empresa ter uma forte reputação quando está em processo de litígio. Já para o modelo A3 as chances aumentam para 47,6%, indicando que não há uma relação negativa, e que o litígio pode não acarretar danos a reputação.

O BNTL, por sua vez, age em direção contrária mostrando que em um cenário no qual a empresa é classificada com tributação abaixo do nível (mediana) do setor, menor será a probabilidade de se ter boa reputação. Ao analisar a tabela 3 nota-se que para a variável BNTL houve significância em todos os modelos e um coeficiente negativo que sustenta a afirmação. Esse resultado se alinha com os achados de Graham *et al.* (2014) onde os respondentes relataram que evitariam estratégias tributariamente agressivas, caso percebessem algum risco de dano à reputação da empresa.

Isso corrobora também os estudos de França (2018) e Bai *et al.* (2017). França (2018) pôde perceber que as empresas com reputação estabelecida apresentam menores taxas efetivas sobre o lucro, ou seja, menores níveis de tributação. Bai *et al.* (2017) não apenas encontraram resultado semelhante, mas também fazem uso da hipótese da licença moral para tentar explicar esse comportamento por parte das empresas. Isso porque a hipótese parte da premissa de que as empresas utilizam a reputação estabelecida para adotarem estratégias tributárias mais agressivas, por acreditarem que serão perdoadas pela sociedade ou pelos seus *stakeholders*.

A variável de interação com BNTL E LITIG, ou seja, as duas situações ocorrendo conjuntamente, e o fato de a empresa ter litígio e estar classificada entre aquelas com baixo nível de tributação também se mostrou estatisticamente significativa em todos os modelos. Isso demonstra uma relação positiva com a reputação, nos permitindo inferir que quando a empresa se encontra nos dois cenários conjuntamente há um aumento na probabilidade de terem uma reputação forte. Ao analisar as chances de os eventos conjuntos impactarem na probabilidade da reputação forte nota-se que em todos os modelos elas ultrapassam 200% de chances.

O tamanho (TAM) contribui positivamente com a reputação da empresa. Pelo índice da razão de chances percebe-se um aumento de mais 200% na probabilidade de se ter uma reputação forte. O ROA de igual forma resultou em um coeficiente positivo, o que nos leva a

concluir que a rentabilidade sobre o ativo aumenta a probabilidade de se ter uma reputação forte, resultado esse que está de acordo com o estudo de Pinto (2016). O autor afirma que acréscimos no ROA causam impacto na melhora no ranking de reputação. Cabe ressaltar que a *proxy* de reputação utilizada pelo autor foi o MERCO, o que por sua vez levanta discussões sobre como as variáveis explicativas se comportam com diferentes métricas de reputação, e reforça a fragilidade e especificidades da *proxy*.

A governança (GOV) mostrou-se estatisticamente significativa e com relação positiva apenas no modelo A2, o que significa que nesse modelo empresas com boa governança têm maior probabilidade de ter boa reputação. O fato dos demais modelos não demonstrarem significância condiz com os achados de Lima *et al.* (2015), pois os autores também não conseguiram encontrar relação significativa da governança com a reputação.

As variáveis pertinentes ao controle majoritário, disperso e compartilhado, e nos seus devidos modelos, se mostraram positivos ao se relacionar com a reputação indicando que quando a estrutura de propriedade é majoritária ou compartilhada, aumenta-se a probabilidade de a empresa ter uma forte reputação. Isso se alinha com o estudo de Shleifer e Vishny (1997) que concluem que a presença de um acionista majoritário tende a reduzir os conflitos de agência entre acionistas e gestores, facilitando o alinhamento de interesses entre os proprietários e estes gestores, que por sua vez se relaciona positivamente com a reputação.

Para as empresas com controle compartilhado onde os conflitos de agência são reduzidos, os resultados confirmam as premissas do estudo onde acredita-se que essa forma de estrutura de propriedade pode afetar a reputação de forma positiva. O mesmo raciocínio se aplica ao controle disperso, e os achados também convergem com o estudo de Prudêncio (2020), que encontrou relações positivas da estrutura de propriedade com a reputação.

Sobre as variáveis de setores apenas os setores da indústria, comércio e telecomunicação (setores 1, 2 e 4 respectivamente), se mostraram estatisticamente significativos. Os coeficientes apresentam 99%, 99% e 95% de confiança. É uma contribuição positiva, uma vez que o sinal é positivo, ou seja, se as empresas pertencerem a esses grupos terão mais chances de ter uma boa reputação. O setor da construção civil e transportes (setor 3 e 5) não demonstraram esse resultado, além de apresentarem um coeficiente negativo, indicando uma diminuição na relação de forte reputação desses dois grupos. Eles também não apresentaram significância.

Testados os modelos “A”, segue-se para os testes com a interação entre litígio e ETRGAAP, sem classificação de baixo nível, justamente para avaliar o impacto do nível de tributação. A tabela 9 contém os resultados do Modelo B1 e suas variações.

A relação da reputação com nível de tributação foi analisada com a *proxy* ETRGAAP. Os modelos performaram de maneira satisfatória com todos acima de 70% na classificação de empresas com forte e fraca reputação, e o pseudo R² se mostra satisfatório. Os resultados se mostram diferentes. Entretanto, a variável LITIG permanece indicando uma relação positiva e significativa em todos os modelos. Assim, o fato de a empresa possuir litígio fiscal não diminui a probabilidade de ter forte reputação, conforme ocorreu nos modelos “A”. A variável que representa o tamanho e o ROA foram estatisticamente significantes em todos os modelos, com uma relação positiva em seu coeficiente. Porém, a razão de chances do ROA aumentar a probabilidade de ter uma forte reputação é de apenas 0,2%, enquanto o tamanho ultrapassa os 200%.

A governança mais uma vez se mostrou estatisticamente significativa em apenas um modelo. O B2, igualmente ao A2, leva em consideração a estrutura de propriedade majoritária, o que indica uma relação da governança majoritária e uma forte reputação. Essa ideia contradiz o trabalho de Prudêncio (2020), que afirma que o controle majoritário tem influência negativa na reputação. Aqui vemos uma influência positiva, e por isso podemos ressaltar que a autora não encontrou influência da governança sobre a reputação. Isso pode ser condizente, haja vista que essa relação só foi observada em um dos modelos.

Para estrutura de propriedade o comportamento foi similar, com exceção da variável PROPCOMARTI, que resultou num coeficiente positivo. Assim, mostrando que nesses modelos além da estrutura majoritária, a compartilhada também aumenta a probabilidade de se ter uma forte reputação.

Tabela 9- resultados dos modelos B1 ao B5

VARIÁVEIS	MODELO B1			MODELO B2			MODELO B3			MODELO B4			MODELO B5		
	LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC	
MM	COEF.	ODDS RATIO	P> Z												
LITIG	0.766	2.150	0.000	0.729	2.073	0.000	0.766	2.150	0.000	0.75	2.116	0.000	0.555	1.742	0.005
ETRGAAP	0.0302	1.031	0.711	-0.007	0.993	0.311	-0.006	0.994	0.416	-0.006	0.994	0.359	-0.008	0.992	0.252
INTERAÇÃOGAAP	-0.017	0.983	0.801	-0.008	0.992	0.872	-0.01	0.99	0.868	-0.01	0.99	0.864	-0.006	0.993	0.926
TAM	1.164	3.203	0.000	1.159	3.184	0.000	1.173	3.233	0.000	1.160	3.190	0.000	1.158	3.184	0.000
ROA	0.0021	1.002	0.033	0.002	1.002	0.023	0.002	1.002	0.032	0.002	1.002	0.032	0.002	1.002	0.043
ENDIV	0.005	1.005	0.912	-0.008	0.992	0.853	0.005	1.005	0.907	0.0007	1.000	0.987	-0.017	0.983	0.707
GOV	0.0765	1.079	0.577	0.331	1.392	0.025	0.129	1.138	0.351	0.129	1.138	0.355	0.2	1.221	0.205
PROPMAJ	NÃO	-	-	0.703	2.021	0.000	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-
PROPDISPERS	NÃO	-	-	NÃO	-	-	-0.344	0.709	0.010	NÃO	-	-	NÃO	-	-
PROPCPARTI	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	-0.24	0.786	0.040	NÃO	-	-
SETOR INDUSTRIAL	NÃO	-	-	0.807	2.241	0.000									
SETOR COMERCIAL	NÃO	-	-	1.438	4.213	0.000									
SETOR DE CONSTRUÇÃO CIVIL	NÃO	-	-	-0.279	0.757	0.202									
TELECOMUNICAÇÃO, ÁGUA E ENERGIA	NÃO	-	-	0.659	1.933	0.001									
TRANSPORTE E SERVIÇOS RELACIONADOS	NÃO	-	-	-0.202	0.817	0.421									
PSEUDO R^2	0.1712			0.1837			0.1746			0.1734			0.2077		
MEAN VIF	1.84			2.14			1.93			2.04			2.41		
CORRECTLY CLASSIFIED	70.68%			71.99%			71.16%			71.04%			74.24%		
TESTE HOSMER-LEMESHOW	0.9064			0.6384			0.8492			0.8841			0.8283		

Fonte: Economática®, Anuário Melhores & Maiores da Exame e CVM (2010-2021).

Nota 1: modelo estimado ao nível de significância de 5%: $MM = \beta_0 + \beta_1LITIG_{it} + \beta_2ETRGAAP_{it} + \beta_3INTERAÇÃOGAAP_{it} + \beta_4TAM_{it} + \beta_5ROA + \beta_6ENDIV + \beta_7GOV + \epsilon_{it}$

Nota 2: Onde,

MM= Maiores e Melhores

LITIG= Litígio fiscal

ETRGAAP= Nível de Tributação Geral

TAM= Tamanho

ROA= Retorno Sobre Ativos

ENDIV= Endividamento e GOV=Governança

Testados os modelos “B”, segue-se para os testes com a interação entre litígio e ETR corrente, sem classificação de baixo nível. A tabela contém os resultados do Modelo C1 e suas variações.

A relação da reputação com o nível de tributação foi analisada com a *proxy* ETR corrente. Os modelos se mantiveram performando de maneira satisfatória com todos acima de 70% na classificação de empresas com forte e fraca reputação, e o pseudo R^2 se mostra satisfatório. A variável litígio mantém seu comportamento igual as demais regressões: mantendo o coeficiente positivo e estatisticamente significativo, indicando que empresas com litígio fiscal tem mais probabilidade de ter boa reputação. Mas, nota-se que houve um aumento nos coeficientes à medida que as interações do estudo foram testadas.

A variável que representa o tamanho da empresa e o ROA foram estatisticamente significantes em todos os modelos com uma relação positiva em seu coeficiente. Mas a razão de chances do ROA aumentar a probabilidade de se ter uma boa reputação sofreu um leve aumento em relação a interação com a ETRGAAP. A variável governança manteve o padrão sendo significativa apenas no modelo em que o controle é majoritário (modelo C2). Quanto a variáveis de estrutura de propriedade e setores, também mantiveram o padrão sendo as de propriedade significantes em seus respectivos modelos e os setores 3 e 5 os únicos a não demonstrarem significância estatística.

Tabela 10- resultados dos Modelos C1 ao C5

VARIÁVEIS	MODELO C1			MODELO C2			MODELO C3			MODELO C4			MODELO C5		
	LOGIT LOGISTIC			LOGIT LOGISTIC			LOGIT LOGISTIC			LOGIT LOGISTIC			LOGIT	LOGISTIC	
	MM	COEF.	ODDS RATIO	P> Z	COEF.	ODDS RATIO	P> Z	COEF.	ODDS RATIO	P> Z	COEF.	ODDS RATIO	P> Z	COEF.	ODDS RATIO
LITIG	0.985	2.670	0.000	0.922	2.514	0.000	0.972	2.644	0.000	0.969	2.634	0.000	0.799	2.224	0.001
ETRCORRENTE	0.0254	1.001	0.830	0.001	1.001	0.851	0.0008	1.000	0.896	0.0018	1.001	0.791	0.002	1.002	0.761
INTERAÇÃOCORRENTE	-1.044	0.36	0.124	-0.903	0.405	0.177	-0.958	0.384	0.146	-1.024	0.3592	0.126	-1.133	0.322	0.101
TAM	117	3.223	0.000	1.158	3.183	0.000	1.174	3.236	0.000	1.161	3.194	0.000	1.161	3.194	0.000
ROA	0.002	1.002	0.036	0.002	1.002	0.025	0.002	1.002	0.034	0.002	1.002	0.034	0.002	1.002	0.047
ENDIV	0.005	1.004	0.916	-0.008	0.992	0.847	0.004	1.004	0.918	0.0002	1.000	0.996	-0.018	0.982	0.694
GOV	0.074	1.079	0.582	0.323	1.381	0.029	0.124	1.132	0.372	0.124	1.132	0.374	0.191	1.210	0.226
PROPM AJ	NAO	-	-	0.692	1.997	0.000	NAO	-	-	NAO	-	-	NAO	-	-
PROPDISPERS	NAO	-	-	NAO	-	-	-0.338	0.713	0.011	NAO	-	-	NAO	-	-
PROPCPARTI	NAO	-	-	NAO	-	-	NAO	-	-	-0.236	0.79	0.043	NAO	-	-
SETOR INDUSTRIAL	NAO	-	-	NAO	-	-	NAO	-	-	NAO	-	-	0.813	2.254	0.000
SETOR COMERCIAL	NAO	-	-	NAO	-	-	NAO	-	-	NAO	-	-	1.431	4.185	0.000
SETOR DE CONSTRUÇÃO CIVIL	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	-0.278	0.757	0.204
TELECOMUNICAÇÃO, ÁGUA E ENERGIA	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	0.648	1.912	0.002
TRANSPORTE E SERVIÇOS RELACIONADOS	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	-0.204	0.815	0.417
PSEUDO R ²	0.1724			0.1842			0.1754			0.1743			0.2086		
MEAN VIF	1.85			2.00			1.79			1.89			2.31		
CORRECTLY CLASSIFIED	70.86%			71.99%			71.57%			70.86%			74.12%		
TESTE HOSMER-LEMESHOW	0.9004			0.6343			0.8454			0.8813			0.8331		

Fonte: Economática®, Anuário Melhores & Maiores da Exame e CVM (2010-2021).

Nota 1, modelo estimado ao nível de significância de 5%: $MM = \beta_0 + \beta_1 LITIG_{it} + \beta_2 ETRCORRENTE_{it} + \beta_3 INTERAÇÃOCORRENTE_{it} + \beta_4 TAM_{it} + \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 ENDIV_{it} + \beta_7 GOV_{it} + \varepsilon_{it}$

Nota 2: Onde,

MM= Maiores e Melhores

LITIG= Litígio fiscal

ETRCORRENTE= Nível de Tributação Geral menos o IR diferido

TAM= Tamanho

ROA= Retorno Sobre Ativos

ENDIV= Endividamento

4.4.**egressões Logísticas com ISE**

O modelo, quando a variável de reputação é o ISE, aumenta seu poder de explicação se o coeficiente pseudo R^2 resultou em um crescimento quando comparado com o modelo MM. Ele consegue performar com mais assertividade com uma classificação de mais de 90% em todos os modelos. O BNLT também apresenta um coeficiente negativo para esse modelo, demonstrando que existe a relação de impacto negativo. Então, como no modelo de MM as empresas que são classificadas com baixo nível de tributação diminuem a probabilidade de terem uma forte reputação. A variável BAIXONTL se mostrou estatisticamente significativa em todos os modelos testados com ISE.

A variável que representa o tamanho da empresa manteve-se significativa e com coeficiente positivo em todos os modelos. Mas em relação ao MM a razão de chances diminuiu consideravelmente, enquanto nos modelos A, B e C a razão de chances ultrapassava os 200%. Quando analisada, o ISE girou em torno de 75%, com exceção do modelo D5 que apresentou razão de chances de 121,8%.

Tabela 11- resultados dos Modelos D1 ao D5

VARIABLES	MODELO D1			MODELO D2			MODELO D3			MODELO D4			MODELO D5		
	LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC	
	COEF.	ODDS RATIO	P> Z												
LITIG	-0.165	0.848	0.588	-0.22	0.803	0.477	-0.152	0.859	0.618	-0.226	0.797	0.459	1.005	0.005	0.988
BNTL	-0.578	0.561	0.022	-0.575	0.562	0.024	-0.551	0.576	0.030	-0.65	0.522	0.011	0.636	-0.452	0.085
INTERAÇÃO NTL	0.21	1.234	0.731	0.282	1.326	0.646	0.183	1.200	0.766	0.33	1.391	0.592	1.137	0.128	0.833
TAM	2.374	1.074	0.000	2.418	1.123	0.000	2.374	1.075	0.000	2.388	1.089	0.000	9.187	2.218	0.000
ROA	-0.004	0.996	0.303	-0.005	0.995	0.215	-0.004	0.996	0.298	-0.004	0.995	0.270	0.995	-0.005	0.213
ENDIV	0.167	1.182	0.100	0.161	1.175	0.108	0.166	1.181	0.102	0.166	1.180	0.103	1.153	0.143	0.355
GOV	1.299	3.666	0.000	1.678	5.354	0.000	1.329	3.779	0.000	1.410	4.094	0.000	5.117	1.632.523	0.000
PROPMAJ	NAO	-	-	0.844	2.326	0.000	NAO	-	-	NAO	-	-	NAO	-	-
PROPDISPERS	NAO	-	-	NAO	-	-	-0.166	0.847	0.467	NAO	-	-	NAO	-	-
PROPCOMPARTI	NAO	-	-	NAO	-	-	NAO	-	-	-0.483	0.617	0.020	NAO	-	-
SETOR 1	NAO	-	-	1.560	0.444	0.283									
SETOR 2	NAO	-	-	4.616	1.529	0.001									
SETOR 3	NAO	-	-	0.926	-0.077	0.894									
SETOR 4	NAO	-	-	4.725	1.553	0.000									
SETOR 5	NAO	-	-	4.828	1.574	0.000									
PSEUDO R ²	0.3087			0.3217			0.3093			0.3143			0.3496		
MEAN VIF	2.29			2.41			2.20			2.30			2.67		
CORRECTLY CLASSIFIED	90.86%			90.80%			90.86%			90.50%			90.86%		
TESTE HOSMER-LEMESHOW	0.3087			1.000			1.000			1.000			1.000		

Fonte: Economática®, Anuário Melhores & Maiores da Exame e CVM (2010-2021).

Nota: Onde,

ISE= Índice de Sustentabilidade Empresarial

LITIG= Litígio fiscal

BNTL= Baixo Nível de Tributação

TAM= Tamanho

ROA= Retorno Sobre Ativos

ENDIV= Endividamento

GOV=Governança

O endividamento por sua vez impacta positivamente no coeficiente, causando um aumento na probabilidade de as empresas endividadas terem boa reputação, o que se alinha com o estudo de Botelho *et al.* (2021). Quando testada com o ISE a governança mostrou-se significativa, assim como apresentou uma relação positiva em todos os modelos. Isso já não pode ser observado de igual maneira quando testada com MM, o que traz à tona discussões sobre a complexidade e fragilidade em se mensurar reputação, pois as variáveis explicativas se comportam de maneira diferentes para cada *proxy* utilizada.

As estruturas de propriedade majoritária e compartilhada mostraram-se positivas no aumento da probabilidade de se ter forte reputação em seus respectivos modelos. Já os setores que não apresentaram uma relação estatisticamente significativa foram o 1 e o 3, comércio e construção civil. Notou-se que o setor da construção civil, mesmo que sem significância agora, apresentou um coeficiente positivo nos permitindo inferir que aumentaria a probabilidade das empresas do setor em ter uma forte reputação. Nos modelos MM essa relação se mostrava inversa.

Testados os modelos “D”, seguiu-se para os testes com a interação entre litígio e ETRGAAP, sem classificação de baixo nível. A tabela 12 contém os resultados do Modelo E1 e suas variações:

Tabela 12- resultados dos Modelos E1 ao E5

MODELO E1				MODELO E2			MODELO E3			MODELO E4			MODELO E5		
VARIAVEIS	LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC	
ISE	COEF.	ODDS RATIO	P> Z	COEF.	ODDS RATIO	P> Z	COEF.	ODDS RATIO	P> Z	COEF.	ODDS RATIO	P> Z	COEF.	ODDS RATIO	P> Z
LITIG	-0.07	0.933	0.799	-0.106	0.9	0.703	-0.064	0.938	0.817	-0.094	0.91	0.731	0.075705	1.079	0.794
ETRGAAP	0.405	1.499	0.002	0.402	1.494	0.002	0.402	1.495	0.002	0.41	1.507	0.002	0.357	1.429	0.007
INTERAÇÃOGAAP	0.008	1.009	0.913	0.007	1.007	0.918	0.009	1.009	0.910	0.007	1.007	0.920	0.02	1.020	0.942
TAM	2.412	1.115	0.000	2.458	1.168	0.000	2.413	1.117	0.000	2.424	1.130	0.000	2.231	9.309	0.000
ROA	-0.004	0.995	0.311	-0.005	0.995	0.231	-0.004	0.995	0.305	-0.005	0.995	0.283	-0.005	0.995	0.226
ENDIV	0.15	1.161	0.180	0.144	1.155	0.185	0.149	1.161	0.178	0.146	1.157	0.189	0.117	1.124	0.527
GOV	1.324	3.757	0.000	1.688	5.408	0.000	1.362	3.903	0.000	1.422	4.147	0.000	1.668	5.300	0.000
PROPMAJ	NÃO	-	-	0.849	2.338	0.000	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-
PROPDISPERS	NÃO	-	-	NÃO	-	-	-0.232	0.793	0.309	NÃO	-	-	NÃO	-	-
PROPCPARTI	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	-4378287	0.645	0.034	NÃO	-	-
SETOR 1	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	0.461	1.586	0.267
SETOR 2	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	1.545	469	0.001
SETOR 3	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	-0.051	0.95	0.930
SETOR 4	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	1.592	4.913	0.000
SETOR 5	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	NÃO	-	-	1.580	4.854	0.000
PSEUDO R^2		0.3128			0.3260			0.3138			0.3174			0.354	
MEAN VIF		1.84			2.01			1.80			1.91			2.33	
CORRECTLY CLASSIFIED		90.80%			91.04%			90.92%			90.74%			90.98%	
TESTE HOSMER-LEMESHOW		1.000			1.000			1.000			1.000			1.000	

Fonte: Economática®, Anuário Melhores & Maiores da Exame e CVM (2010-2021).

Nota 1, modelo estimado ao nível de significância de 5%: $ISE = \beta_0 + \beta_1 LITIGit + \beta_2 ETRGAAPit + \beta_3 INTERAÇÃOGAAPit + \beta_4 TAMit + \beta_5 ROAit + \beta_6 ENDIVit + \beta_7 GOV it + \epsilon it$

Nota: Onde,

ISE= Índice de Sustentabilidade Empresarial

LITIG= Litígio fiscal

ETRGAAP= Nível de Tributação Geral

TAM= Tamanho

ROA= Retorno Sobre Ativos

ENDIV= Endividamento

GOV=Governança

Quando a variável de nível de tributação é a ETRGAAP, ela se mostra em um coeficiente positivo e significativo indicando um aumento na probabilidade das empresas em terem uma forte reputação. Embora o coeficiente da variável litígio indique que quando a empresa estiver em processo de litígio a sua probabilidade em ter uma forte reputação diminua, não foi possível observar significância nessa relação, assim como também não foi possível observar na sua interação com a ETRGAAP.

O tamanho da empresa e a governança mantiveram-se estatisticamente significantes em todos os modelos e com coeficientes positivos, ou seja, contribuem para uma forte reputação. Novamente os setores 1 e 3 foram os únicos a não apresentarem significância estatística, porém o coeficiente do setor 3 (Construção Civil) mostrou-se negativo. É interessante observar o comportamento dos setores frente aos diversos modelos e métricas de reputação. Torres *et al.* (2011) levantam essa discussão entre a relação do setor, a reputação e a existência da volatilidade da reputação em cada setor. Eles direcionam seu estudo para o setor automotivo. No presente estudo percebeu-se também a volatilidade frente as diferentes métricas de níveis de tributação sobre o lucro.

Testados os modelos “E”, seguiu-se para os testes com a interação entre litígio e ETRGAAP, sem classificação de baixo nível. A tabela 13 contém os resultados do Modelo F1 e suas variações.

A ETR corrente se comportou de maneira semelhante a ETRGAAP, considerando que somente a variável sem nenhuma interação demonstrou significância em todos os modelos e com coeficiente positivo, indicando que a ETR corrente colabora para o aumento da probabilidade de se ter forte reputação. A variável tamanho da empresa também permaneceu significativa em todos os modelos, assim como a governança.

Já no que diz respeito as estruturas de propriedade, apenas o controle compartilhado se mostrou com relação significativa e com coeficiente negativo. Isso implica dizer que o fato de a empresa manter esse tipo de estrutura diminuiu a probabilidade de se ter uma forte reputação.

Os setores por sua vez se mantiveram no padrão de comportamento, sendo os setores 1 e 3 os únicos que não apresentem significância em seus respectivos modelos.

Tabela 13- resultados dos Modelos F1 ao F5

VARIÁVEIS	MODELO F1			MODELO F2			MODELO F3			MODELO F4			MODELO F5		
	LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC		LOGIT	LOGISTIC	
ISE	COEF.	ODDS RATIO	P> Z												
LITIG	-0.103	0.902	0.722	-0.136	0.873	0.640	-0.101	0.903	0.728	-0.119	0.888	0.675	0.012	1.012	0.968
ETRCORRENTE	0.299	1.348	0.062	0.344	1.411	0.033	0.288	1.334	0.075	0.343	1.410	0.031	0.216	1.241	0.187
INTERAÇÃOCORRENTE	0.125	1.134	0.787	0.104	1.109	0.825	0.148	1.160	0.766	0.072	1.075	0.857	0.258	1.295	0.665
TAM	2.395	1.096	0.000	244	1.148	0.000	239	1.098	0.000	2.407	1.110	0.000	2.209	9.112	0.000
ROA	-0.005	0.995	0.212	-0.006	0.994	0.124	-0.005	0.995	0.209	-0.006	0.994	0.171	-0.006	0.994	0.161
ENDIV	0.146	1.158	0.188	0.14	1.150	0.202	0.146	1.157	0.186	0.142	1.153	0.204	0.114	1.121	0.527
GOV	1.336	3.804	0.000	1.722	5.595	0.000	1.372	3.942	0.000	1.443	4.234	0.000	1.682	5.378	0.000
PROPMAJ	NAO	-	-	0.886	2.427	0.000	NAO	-	-	NAO	-	-	NAO	-	-
PROPDISPERS	NAO	-	-	NAO	-	-	-0.217	0.805	0.338	NAO	-	-	NAO	-	-
PROPCPARTI	NAO	-	-	NAO	-	-	NAO	-	-	-0.470	0.625	0.023	NAO	-	-
SETOR 1	NAO	-	-	0.469	1.599	0.258									
SETOR 2	NAO	-	-	1.536	4.647	0.001									
SETOR 3	NAO	-	-	-0.107	0.899	0.853									
SETOR 4	NAO	-	-	1.596	4.936	0.000									
SETOR 5	NAO	-	-	1.586	4.883	0.000									
PSEUDO R^2	0.3067			0.3210			0.3077			0.3120			0.3489		
MEAN VIF	1.85			2.03			1.81			1.92			2.33		
CORRECTLY CLASSIFIED	90.62%			90.92%			90.74%			90.39%			90.80%		
TESTE HOSMER-LEMESHOW	1.000														

Fonte: Economática®, Anuário Melhores & Maiores da Exame e CVM (2010-2021).

Nota 1, modelo estimado ao nível de significância de 5%: $ISE = \beta_0 + \beta_1 LITIG + \beta_2 ETRCORRENTE + \beta_3 INTERAÇÃOCORRENTE + \beta_4 TAM + \beta_5 ROA + \beta_6 ENDIV + \beta_7 GOV + \epsilon$

Nota 2: Onde,

ISE= Índice de Sustentabilidade Empresarial

LITIG= Litígio fiscal

ETRCORRENTE= Nível de Tributação menos o IR diferido

TAM= Tamanho

ROA= Retorno Sobre Ativos

ENDIV= Endividamento

GOV=Governança

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do estudo foi verificar se a reputação é afetada por processos de litígio fiscal referente a tributos sobre o lucro, associados a um baixo nível de tributação. Para seu alcance realizou-se a análise utilizando regressão logística pela variável dependente, a reputação, por ser categórica. As *proxys* utilizadas para capturar a mensuração da reputação foram: o Ranking das Maiores e Melhores da revista Exame de 2010 a 2021, sendo classificado como 1, o fato da empresa contida na amostra estar presente no *ranking*, 0 para não, e o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3 também categórica. Como o interesse do estudo foi verificar os efeitos na reputação, causados pelo litígio fiscal conjuntamente com um baixo nível de tributação, foi criada uma variável para categorizar as empresas da amostra como baixo nível tomando por base as medianas do setor. Em seguida, realizamos uma interação dessa variável com o litígio.

A fim de validar e comparar os resultados também foram analisados modelos com as *proxys* comuns de níveis de tributação sobre o lucro. A saber: ETRGAAP e ETR corrente. Quando se tem a variável MM como reputação, os principais resultados apontam uma relação significativa com BNTL em todos os modelos, incluindo estruturas de propriedade e setores e com coeficiente negativo, o que significa que empresas que possuem um nível de tributação sobre o lucro abaixo da média são menos propensas a terem forte reputação.

O tamanho da empresa teve um impacto positivo na reputação em todos os modelos, sugerindo que empresas maiores tinham melhor reputação. Esse fato pode ser um sinal de que negócios maiores despertam mais interesse do mercado e de outros *stakeholders*. Como resultado, a familiaridade do público com suas operações é aumentada pelas informações que são disponibilizadas sobre elas (FOMBRUN; SHANLEY, 1990).

Foi verificado que a presença da governança é capaz de influenciar a reputação corporativa das empresas brasileiras quando mensurada pelo ISE. Esse achado corrobora com os estudos realizados em outros países (GARCÍA-MECA; PALACIO, 2018; PÉREZ-CORNEJO; QUEVEDO-PUENTE; DELGADO-GARCÍA, 2019). Já quando a reputação é mensurada através das Maiores e Melhores (MM) a governança só se mostra estatisticamente significativa nos respectivos modelos de controle acionário, majoritário, compartilhado e disperso.

O controle acionário em mãos de um acionista majoritário foi observado como favorável à reputação da empresa. Portanto, há indícios que nos permitem dizer que o excesso de poder nas mãos de um só acionista parece ser bem visto, indicando a existência de um

controlador majoritário que pode reduzir os conflitos de agência entre gestores e acionistas, assim como encontrado no estudo de Prudêncio (2020).

Já quando testado com a ETRGAAP, não foi possível observar relação satisfatória com suas interações. Entretanto, o litígio se fez estatisticamente significativo nos modelos indicando que empresas com litígio tem uma maior probabilidade em ter forte reputação. Isso implica dizer que há indícios de que as empresas com reputação já consolidada se envolvem mais em processos litigiosos no âmbito fiscal em relação às empresas com reputação fraca, conforme estudo de França (2018). Isso pode se dar pelo uso da licença moral. Além disso, seguindo uma lógica inversa à premissa apontada no presente estudo, as empresas com reputação mais forte podem acreditar que serão “perdoadas” ao cometerem erros como entrar em processos litigiosos, por terem sua forte reputação, ao invés de se preocupar em evitar erros para mantê-la. A ETR corrente quando testada não foi capaz de demonstrar relação significativa, assim como sua interação com litígio, mantendo um padrão semelhante aos modelos testados com ETRGAAP.

Os setores nos modelos de MM também sinalizaram um padrão, sendo o setor de construção civil e transportes os únicos em todas as testagens a não demonstrarem relação significativa. Já quando se analisa as relações com o ISE, sendo a *proxy* de reputação, a variável Baixo NTL mais uma vez se mostra significativa em todos os modelos e com coeficiente negativo, indicando, assim como indicou com MM, que as empresas com um nível de tributação abaixo da mediana do seu respectivo setor diminuem as chances de terem forte reputação. Quando testada a ETRGAAP, o litígio e sua interação com a variável não se mostraram estatisticamente significantes. Apenas a variável uniforme da ETRGAAP mostrou-se significativa nos modelos com uma contribuição positiva para o aumento na probabilidade de ter forte reputação. O mesmo padrão pode ser observado quando testada a ETR corrente. Já os setores quando testados com o ISE, sofrem uma leve alteração. O setor de construção civil ainda não se mostra significativo, e junto a ele nestes modelos o setor de comércio perde a significância quando comparado com os modelos de MM. O setor de transportes passa a demonstrar uma melhor relação com o ISE.

A busca por fatores capazes de influenciar a reputação apresentam um caminho para as empresas a respeito de quais atributos estão mais fortemente relacionados para a formação desse elemento, que é também considerado por alguns como um relevante ativo intangível

para as companhias (HALL, 1993; DELGADO-GARCIA; QUEVEDO-PUENTE; DÍEZ-ESTEBAN, 2013; ALMEIDA; AÑEZ, 2009), como uma avaliação moral e também como uma percepção (BARNETT; JERMIER; LAFFERTY, 2006). Foi verificado que a presença do litígio fiscal referente aos tributos sobre o lucro não é capaz de influenciar a reputação corporativa das empresas brasileiras, Estudo conseguiu alcançar seu objetivo no que concerne às discussões sobre litígio fiscais envolvendo impostos sobre o lucro associados a reputação, sendo pioneiro nesse quesito.

A pesquisa também trouxe a evidência do impacto do baixo nível de tributação para a reputação corporativa, mostrando que as características de um baixo nível de tributação não colaboram com a reputação corporativa, o que sinaliza uma sensibilidade do constructo com a reputação.

O trabalho também fornece evidência sobre outras métricas de reputação já consolidadas em demais estudos nacionais e internacionais. A saber: a ETR GAAP e a ETR corrente (HANLON; HEITZMAN, 2010; Martinez, 2017; SHACKELFORD; SHEVLIN, 2001; TANG, 2005). Além disso, o estudo contribuiu para apresentar as diferenças existentes entre os *rankings* MM e ISE. Esse fato ilustra como é difícil definir a reputação corporativa e como ela pode ser medida. Nesse sentido, o estudo contribuiu também para o enriquecimento das pesquisas sobre reputação corporativa, fatores que afetam e especificidades de *rankings*.

Como limitações, observou-se que uma parcela relativamente pequena das empresas contidas na amostra compõe os *rankings* analisados especialmente no que diz respeito ao ISE, que por si só já possui uma carteira reduzida. Isso tornou mais difícil a análise de um conjunto maior de empresas que podem ter forte reputação sob outras perspectivas. Dessa forma, para pesquisas futuras, se possível, seria interessante analisar por outros *rankings* alternativos.

Uma análise como esta permite fazer comparativos entre os *rankings*, os já consolidados pela literatura e os alternativos, possibilitando a identificação também de diferentes aspectos. Estes aspectos são as percepções e a captura da reputação corporativa através de outros vieses, para assim, baseado nos resultados já existentes, avaliar a utilização também de novas métricas de reputação.

Apesar de abranger o período da pandemia, a pesquisa não pôde controlar esse evento por meio de variáveis, para assim capturar os seus efeitos tanto nos processos de litígios

quanto na reputação das empresas. Portanto sugere-se que estudos futuros capturem o efeito da pandemia nas variáveis dependente e de interesses do estudo.

Por outro lado, os achados do estudo levantaram discussões acerca das divergências com o apontado pela literatura, como por exemplo os litígios fiscais que sinalizam uma relação negativa com a reputação. Contudo, os resultados da pesquisa não permitem observar essa relação indicando que o litígio não afeta negativamente a reputação tal como se esperava. Uma possível explicação pode se dar pelo fato de que nem todo processo é necessariamente danoso, e por isso empresas podem ingressar em processos fiscais litigiosos e ganharem a causa, seja por erro por parte do fisco ou pela insegurança jurídica existente na legislação brasileira.

O estudo conseguiu preencher a lacuna que existe na relação entre reputação corporativa, litígio fiscal e nível de tributação, ao mesmo tempo que sucinta demais questões acerca do teor dos litígios e as divergências com a literatura, pontos estes que podem gerar mais pesquisas pertinentes ao tema.

REFERÊNCIAS

- ABRATT, R; KLEYN, N. “Corporate Identity, Corporate Branding and Corporate Reputations.” **European Journal of Marketing**, vol. 46, no. 7-8, pp. 1048–1063, 2012.
- aggressive than non-family firms? **Journal of Financial Economics** 95: 41-61, 2010.
- ALARCÓN GALEANO, K, C. RESPONSABILIDADE SOCIAL E REPUTAÇÃO CORPORATIVA NO DESEMPENHO DA MARCA. **Dimensión Empresarial**, v. 15, n. 2, p. 73-85, 2017.
- ALDAZ, M.; ALVAREZ, I.; CALVO, J. A. Non-financial reports, anti-corruption performance and corporate reputation. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 17, n. 58, p. 1321-1340, 2015.
- ALMEIDA, T, N, V; AÑEZ, M, E, M. Advento das marcas sob a ótica da teoria institucional e da abordagem baseada em recursos. **Revista Pretexto**, v. 10, n. 4, p. 3, 2009.
- ARMSTRONG, C, S.; BLOUIN, J, L.; LARCKER, D, F. The incentives for tax planning. **Journal of accounting and economics**, v. 53, n. 1-2, p. 391-411, 2012.
- BAI, Y; LOBO, G. J.; ZHAO, Y. Reputation and Corporate Tax Planning: A Moral Licensing View. Working Paper, 2017.
- BANKMAN, J. The tax shelter battle. *The crisis in tax administration*, v. 9, p. 13, 2004.
- BARAIBAR-DIEZ, E.; SOTORRÍO, L. L. The mediating effect of transparency in the relationship between corporate social responsibility and corporate reputation. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 20, n. 1, p. 5-21, 2018.
- BARAIBAR-DIEZ, E; SOTORRÍO, L, L. O efeito mediador da transparência na relação entre responsabilidade social corporativa e reputação corporativa. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 20, p. 05-21, 2018.
- BARNETT, M. L.; JERMIER, J. M.; LAFFERTY, B. A. Corporate reputation: The definitional landscape. **Corporate Reputation Review**, v. 9, n. 1, p. 26-38, 2006.
- BEAR, S.; RAHMAN, N.; POST, C. The Impact of Board Diversity on Corporate Social Composition and Firm Reputation Responsibility. **Journal of Business Ethics**, v. 97, n. 2, p.207–221, 2010.
- BLAJER-GOŁĘBIEWSKA, A. Individual corporate reputation and perception of collective corporate reputation regarding stock market investments. **Plos one**, v. 16, n. 9, p. e0257323, 2021.
- BLAYLOCK, B; SHEVLIN, T; WILSON, R, J. Tax Avoidance, Large Positive Temporary Book-Tax Differences, and Earnings Persistence. **The Accounting Review**. v. 87, n. 1, p. 91–120, 2012.
- BM&FBOVESPA. Metodologia do Índice Bovespa – Ibovespa. Disponível em:
- BOTELHO, R; BASÍLIO, M; BORRALHO C. Determinantes do endividamento

- CABELLO, O. G; PEREIRA, C. A. Práticas De Tributação Do Lucro Na *Effective Tax Rate* (ETR): Uma Abordagem Da Teoria Das Escolhas Contábeis, 2014.
- CABLE, D, M.; GRAHAM, M, E. The determinants of job seekers' reputation perceptions. **Journal of organizational Behavior**, v. 21, n. 8, p. 929-947, 2000.
- CAIXETA, C. G. F; LOPES, H. E. G; BERNARDES, P; CARDOSO, M. B. R; CARVALHO NETO, A. M. Reputação corporativa e desempenho econômico-financeiro: um estudo em cinco grandes grupos empresariais brasileiros. **GESTÃO. Org**, 9(1), 86-109, 2011.
- CALLIHAN, D.S. Corporate effective tax rates: a synthesis of the literature. **Journal of Accounting Literature**. [S.l.], v. 13, p. 1-43, 1994.
- CARDOSO TEIXEIRA TORRES, G.; FACHIN, Z. Cidadania corporativa e responsabilidade social: interfaces do envolvimento empresarial com a sociedade. **Revista da Faculdade de Direito do Sul de Minas**, [S. l.], v. 36, n. 1, 2020. Disponível em: <http://45.79.197.60/index.php/revistafdsma/article/view/276>. Acesso em: 1 out. 2022.
- CARDOSO, V, I, C; LUCA, M; M; M; LIMA, G, A, S, F; VASCONCELOS, A, C. Reputação corporativa nas empresas brasileiras: uma questão relevante para o desempenho empresarial? **Revista Contemporânea de Contabilidade**, [S. l.], p. 115-136, 15 dez. 2013.
- CARF. Disponível em: <<http://idg.carf.fazenda.gov.br/perguntas-frequentes>>. Acesso em: 30 mar. 2022.
- CHEN, S; CHENG, C. Q; SHEVLIN T. Are family firms more tax
- CHUN, R., DA SILVA, R., DAVIES, G., ROPER, S. **Corporate reputation and competitiveness**. Routledge, 2005.
- CHUN, R.; ARGANDOÑA, A.; CHOIRAT, C.; SIEGEL, D. S. Corporate reputation: being good and looking good. **Business & Society**, v. 58, n. 6, p. 1132-1142, 2019.
- CONDÉ, R. A. D., de Almeida, C. O. F., & Quintal, R. S. (2015). Fraude Contábil: Análise empírica à luz dos pressupostos teóricos do triângulo da fraude e dos escândalos corporativos. *Gestão & Regionalidade*, 31(93).
- CONSELHO ADMINISTRATIVO DE RECURSOS FISCAIS Processos por Faixa de Valores Quantidade Valor. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<http://idg.carf.fazenda.gov.br/dados-abertos/relatorios-gerenciais/estoque-processos-por-faixa-de-valores.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2022.
- COSTA, A. L. M. Planejamento tributário à luz da doutrina e da jurisprudência. Disponível em: <https://repositorio.enap.gov.br/handle/1/4806>, 2019.
- COSTA, J. A; Luca, M. M. M; Maia, A. J. R; Góis, A. D. Reputação corporativa e a criação de riqueza nas empresas listadas na BM&FBovespa. **Revista de Ciências da Administração**, 17(42), 51-63, 2015.
- COSTA, J. **Imagem corporativa en el siglo XXI**. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2001.
- CRUZ, C. V. O. A; LIMA, G. A. S. F. Reputação corporativa e nível de disclosure das empresas de capital aberto no Brasil. **Revista Universo Contábil**, v. 6, n. 1, p. 85-101, 2010.
- CRUZ, C. V.O. A; LIMA, G. A. S. F. Reputação Corporativa e Nível de Disclosure das Empresas de Capital Aberto no Brasil. **Revista Universo Contábil**, v. 6, n. 1, p. 85-101,

jan./mar. 2010.

ALMEIDA-SANTOS, P. S; VARGAS, A. J; ALMEIDA, D. M; LAVARDA, C. E. F. Nível de disclosure verde e a reputação corporativa ambiental das companhias abertas brasileiras de capital aberto. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 9, n. 18, p. 63-82, jul./dez. 2012.

DELGADO-GARCÍA, J, B; DE QUEVEDO-PUENTE, E; DÍEZ-ESTEBAN, J, M. The Impact of Corporate Reputation on Firm Risk: A Panel Data Analysis of Spanish Quoted Firms. **British Journal of Management**, v. 24, n. 1, p. 1-20, 2013.

DESAI, M, A.; DYCK, A; ZINGALES, L. Theft and taxes. **Journal of financial economics**, v. 84, n. 3, p. 591-623, 2007.

DOWLING, G. R. Managing your corporate images. **Industrial marketing management**, v. 15, n. 2, p. 109-115, 1986.

DUTRA, R, S; PARENTE, P, H, N. Governança corporativa e desempenho empresarial: uma análise sob o enfoque da reputação corporativa das empresas brasileiras. **Revista de Auditoria Governança e Contabilidade (RAGC)**, v. 6, n. 26, 2018.

ERNST & YOUNG. Tax risk and controversy survey: A new era of global risk and uncertainty. New York, NY: E&Y. 2011–2012.

Evidência empírica das PME da região Alentejo. **Egitania e Sciencia**. v. 1, n. 28, p. 109-136, 2021.

EXAME. Metodologia – Melhores e Maiores. Disponível em: <<https://mm.exame.com/metodologia/>>. Acesso em: 2 maio. 2022.

FERNANDES, A, A, T; FIGUEREIDO FILHO, D, B; ROCHA, E, C; NASCIMENTO, W, S. Leia este artigo se você quiser aprender regressão logística. **Revista de sociologia e política**, v. 28, n. 74, ed. 006, 2020.

FERNANDES, A; MALAQUIAS, C; FIGUEIREDO, D; DA ROCHA, E; LINS, R. Why quantitative variables should not be recoded as categorical. **Journal of Applied Mathematics and Physics**, 7(07), 1519, 2019.

FERNÁNDEZ-RODRÍGUEZ, E.; MARTÍNEZ-ARIAS, A. Determinants of the Effective Tax rate in the BRIC Countries. **Emerging Markets Finance and Trade**, vol. 50, p. 214-228, 2014.

FLYNN, T. **Corporate reputation management and branding**. Curso de Especialização Comunicação Empresarial - Syracuse University 12/4/2007. In: GARCIA, Aislan *et al.* A cultura organizacional como alicerce da reputação corporativa. Texto apresentado no I Sembrarp. Salvador, outubro de 2007.

FOLLONI, A; SIMM, C. B. (2016). Direito Tributário, complexidade e análise econômica do direito. **Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM**, 11(1), 49-70.

FOMBRUN, C. Reputation: Realizing Value from the Corporate Image. Boston: Harvard Business School Press, 1996.

FOMBRUN, C; VAN RIEL, C. B. M. The reputational landscape. **Corporate Reputation Review**, London, v. 1, n. 1/2, p. 5-13, 1997.

- FORMBRUN, C.; SHANLEY, M. What's in a name. Reputation building and corporate strategy, **Academy of management Journal**, 33(2), 233-258, 1990.
- FRANÇA, R.D. Ensaios sobre tax avoidance, reputação corporativa e governança no Brasil. Dissertação de mestrado em ciências contábeis, . Programa multiinstitucional e inter-regional de pós-graduação em ciências contábeis, Brasil, 2018.
- FRANÇA, R. D; MONTE, P. A. Efeitos da Reputação Corporativa na Tax Avoidance de Empresas Brasileiras de Capital Aberto. **Revista Universo Contábil**, 15(4), 87-108, 2019.
- FRANÇA; DAMASCENA; DUARTE; LEITE FILHO. Influência da restrição financeira e da crise 93financeira global na Effective Tax Rate de empresas latino-americanas, GCG Georgetown University – Universia, vol 12, n 1, pp. 93-108, 2017.
- GANGI, F; DANIELE, L, M; VARRONE, N. How do corporate environmental policy and corporate reputation affect risk-adjusted financial performance? **Business Strategy and the Environment**, v. 29, n. 5, p. 1975-1991, 2020.
- GARDBERG, N. A.; FOMBRUN, C. J. The global reputation quotient project: first steps towards a cross-nationally valid measure of corporate reputation. **Corporate Reputation Review**, v. 4, n. 4, p. 303-307, 2002.
- Gestão da USP**, v. 14, n. 4, p. 93-108, 2007.
- GIANNINI, S.; MAGGIULLI, C. The effective tax rates in the EU Commission Study on company taxation: Methodological Aspects, Main Results and Policy Implications. In: **Ifo Studien**, pp. 633-653, 2002.
- GÓIS, A, D; de LUCA, M, M, M; SOUSA, N, M. Reputação corporativa e oportunidade de crescimento. **Revista Organizações em Contexto**, v. 13, n. 25, p. 299-322, 2017.
- GÓIS, A, D; SOARES, S, V. O Efeito da reputação corporativa segundo a transparência contábil no gerenciamento de resultados de empresas listadas na B3. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade (REPeC)**, v. 13, n. 2, 2019.
- GOMES, A. P. M. O impacto da complexidade tributária e dos parcelamentos especiais na tomada de decisão da (des) obediência tributária das empresas brasileiras listadas na B3: um estudo sob a ótica da teoria dos jogos, **Revista Mineira de Contabilidade (RMC)**, v. 22, n. 32020.
- GONÇALVES FILHO, C; BRITO, H; GOSLING, M; SOUKI, G. Q. Os impactos da responsabilidade social corporativa na reputação da empresa e nas intenções comportamentais das comunidades: estudo empírico. 2009.
- GOTSI, M.; WILSON, A. M. Corporate reputation: seeking a definition. **Corporate Communications**. v. 6, n. 1, p. 24-30, 2001.
- GRAHAM, J. R.; HANLON, M.; SHEVLIN, T.; SHROFF, N. Incentives for tax planning and avoidance: Evidence from the field. **The Accounting Review**. vol. 89 n. 3, p .991-1023, 2014.
- HAIR, J. F; BLACK, W. C; BABIN, B. J; ANDERSON, R. E; TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados**. Bookman editora, 2009.

HALL, R. A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. **Strategic management journal**, v. 14, n. 8, p. 607-618, 1993.

HANLON, M; HEITZMAN, S. A review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*, 50, 127-178, 2010.

HANLON, M; HEITZMAN, S. A review of tax research. **Journal of Accounting and Economics**, vol. 50, p. 127-178, 2010.

<https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2009.02.003>

IASBECK, L. C. A. A administração da identidade: um estudo semiótico da comunicação e da cultura nas organizações. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. São Paulo: PUC-SP, 1997.

In. BEUREN, Ilse Maria. (Org). Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

IUDÍCIBUS, S.; POHLMANN, M. C. Classificação interdisciplinar da pesquisa tributária. **Revista da Contabilidade da Universidade Federal da Bahia**. v. 1, n.1, 2007.

JABLIN, F. Organizational entry, assimilation and disengagement/exit. In: JABLIN and PUTNAM (orgs). **The new handbook of organizational communication**. Thousand Oaks, London and New Delhi: Sage Publications Inc., 2001.

JANSSEN, B. Corporate effective tax rates in the Netherlands. **De Economist**. [S.l.], v. 153, n. 1, p. 47-66, Spring 2005.

JESUS, D. M; NOSSA, S. N; NOSSA, V; MOREIRA, N. C. A Influência da Reputação Corporativa no Custo de Capital. *Navus: Revista de Gestão e Tecnologia*, (11), 1-14, 2021.

JIANG, Hua *et al.* Linking CSR Communication to Corporate Reputation: Understanding Hypocrisy, Employees' Social Media Engagement and CSR-Related Work Engagement. *Sustainability*, v. 14, n. 4, p. 2359, 2022.

KHAN, A, B; AKHTAR, M, H; AKHTAR, A. Impact of Corporate Reputation on Firm Risk: An Analysis of Pakistan Stock Exchange Listed and PACRA Rated Firms. **Review of Economics and Development Studies**, v. 5, n. 2, p. 365-372, 2019.

KUMARAN, V.; THENMOZHI, R. Impact of corporate governance on corporate reputation. **International Journal of Management and Commerce Innovations**, v. 3, n. 2, p. 1–8, 2016.

KÜMPEL, Vitor Frederico. Teoria da Aparência no Código Civil de 2002. São Paulo: Editora Método, 2007.

LASBECK, L. C. A. Imagem e reputação na gestão da identidade organizacional. *Organicom*, 4(7), 84-97, 2007.

LEI 11941. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/11941.htm>.

LIETZ, G. Tax Avoidance vs. Tax Aggressiveness: A Unifying Conceptual Framework (SSRN Scholarly Paper No. ID 2363828). Rochester, NY: Social Science Research Network, 2013. Obtido de doi: <https://papers.ssrn.com/abstract=2363828>

- LIMA, L. C; DOMINGOS, S. R. M; VASCONCELOS, A. C; REBOUÇAS, S. M. D. P. Reputação e qualidade da governança corporativa das companhias abertas brasileiras. **Revista de Administração FACES Journal**, 14(2), 26-43, 2015.
- LOPES, A. C; LUCA, M. M. M; GÓIS, A. D; VASCONCELOS, A. C. Disclosure socioambiental, reputação corporativa e criação de valor nas empresas listadas na BM&FBovespa. **Revista ambiente contábil-Universidade Federal do Rio Grande do Norte- ISSN 2176-9036**, 9(1), 364-38, 2017.
- LOURENÇO, I. C; CALLEN, J. L; BRANCO, M. C; CURTO, J. D. The value relevance of reputation for sustainability leadership. **Journal of Business Ethics**, 119(1), 17-28, 2014.
- LUCA, M. M. M.; GÓIS, A. D.; COSTA, J. A.; MAIA, A. J. R. Reputação Corporativa e a Criação de Riqueza nas Empresas Listadas na BM&FBovespa. **Revista de Ciências da Administração**, v. 17, n. 42, p. 51-63, 2015.
- MAIA, A. J. R; PESSOA, F. E. N; DA SILVA, E. M. S; LUCA, M. M. M; VASCONCELOS, A. C. A reputação do gestor influencia o desempenho empresarial? **Revista de Administração FACES Journal**, 17(4), 89-107, 2018.
- MALHEIROS, Álvaro. Aparência de Direito. In: Revista de Direito Civil, Imobiliário, Agrário e Comercial. São Paulo, n. 6, p. 41-77, out./dez. 1978.
- MARCHESI, R. F; ZANOTELI, E. J. Agressividade Fiscal e Investimentos no Mercado Acionário Brasileiro. **Advances in Scientific and Applied Accounting**, p. 065-083, 2021.
- MARQUES, T. D. Á.; GUIMARÃES, T. M.; PEIXOTO, F. M. A concentração acionária no brasil: Análise dos impactos no desempenho, valor e risco das empresas. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 16, n. 4, p. 100–133, 2015.
- MARTINEZ, A, L; DE ALMEIDA, C, L, F. Planejamento tributário com operações societárias: critérios de validade utilizados pelo CARF. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 13, n. 30, p. 193-213, 2016.
- MARTINEZ, A. L; RAMALHO, V. P. Agressividade tributária e sustentabilidade empresarial no Brasil. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, 16(49), 2017.
- MICHELON, G. Sustainability disclosure and reputation: a comparative study. Università Degli Studi di Padova. **Marco Fanno working paper**, 2007.
- MONTARDO, S. P.; CARVALHO, C. S. Questões teórico-metodológicas sobre reputação corporativa e métricas. **Revista Alceu**, v.13, n. 25, p. 168-184, 2012.
- MORENO, P. W. **Brasil, campeão mundial de litígios tributários**. Disponível em: <<http://www.tjsauditores.com.br/2019/11/13/brasil-campeao-mundial-de-litigios-tributarios/>>. Acesso em: 29 mar. 2022.
- MURRAY, A. Inflated profits in corporate books is half the story. **The Wall Street Journal**, 2002.
- NARDI, V. A. M. Reputação corporativa: efeitos sobre o desempenho socioeconômico e a atividade exportadora das organizações, 2015.

NEGRUNI, M. Receita Federal selecionará em 2022 com a mesma precisão? Disponível em < <https://www.contabeis.com.br/artigos/7256/receita-federal-selecionara-em-2022-com-a-mesma-precisao/>> Publicado em: 08/02/2022.

PARISI, V. The determinants of Italy's corporate tax rates: an empirical investigation. **Public and Municipal Finance**, vol. 5, n. 1, 2016.

PÊGAS, P. H. Qual é o Tamanho dos Litígios Tributários das 50 Maiores Empresas do Brasil? **TAX AND ACCOUNTING STUDIES**, v. 1, p. e25–e25, 15 mar. 2019.

PEREIRA, F. S. Teoria da aparência e confiança na pós-modernidade: a tutela dos consumidores. *Revista da Faculdade de Direito de Uberlândia, Uberlândia*, 38(2), 489-504, 2010.

PHAM, H, S, T; TRAN, H, T. CSR disclosure and firm performance: The mediating role of corporate reputation and moderating role of CEO integrity. **Journal of Business Research**, v. 120, p. 127-136, 2020.

Pinto, L. J. S. (2016). Reputação corporativa e desempenho financeiro das empresas da América Latina. CCA - Doutorado em Ciências Contábeis (Teses)

PLETSCH, C. S; BOFF, M. L; HEIN, N; HEIN, A. K. Reputação corporativa e desempenho econômico-financeiro das 100 maiores empresas listadas na BM&FBovespa. **Revista Pretexto**, 21(4), 47-60, 2020.

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. **Harvard Business Review**, v. 84, n. 12, p. 78-92, 2006.

PRUDÊNCIO, P. D. A. Reputação corporativa, governança corporativa e estrutura de propriedade: uma análise da empresa brasileira. Dissertação de mestrado acadêmico em administração e controladoria. PPAC - Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, 2020.

RAUPP, F, M; BEUREN, I, M. **Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais**.

RIZZARDO, Arnaldo. Teoria da Aparência. *AJURIS - Revista da Associação dos Juizes do Rio Grande do Sul, Porto Alegre*, v. 29, n. 24, ano IX, V. 29, p. 222-231, Mar. 1982.

ROBERTS, P. W; DOWLING, G. R. Corporate reputation and sustained superior financial performance. **Strategic management journal**, 23(12), 1077-1093, 2002.

ROBINSON, M; KLEFFNER, A.; BERTELS, S.; STREET, C. The value of a reputation for corporate social responsibility: Empirical evidence. In: A. Krous (Chair), **Governance II. Paper presented at the 2008 Northern Finance Association Conference**, Kananaskis Village, Canada. 2008.

ROSSONI, L; GUARIDO FILHO, E, R. O que faz um nome? Status, conselho de administração e características organizacionais como antecedentes da reputação corporativa. **Revista de Administração**, v. 50, p. 292-309, 2015.

SANTOS, I. A. B; FRANÇA, R.D. Análise das relações entre reputação corporativa e *tax avoidance* de empresas brasileiras. **Contabilidade y Negocios** (17) 34, 2022, pp. 117-141, 2022.

- SAUNDERS, M., LEWIS, P., THORNHILL, A. **Research Methods for Business Students**. 7. ed. Essex: Pearson, 2016.
- SAYEG, R. N. Soneração tributária e complexidade. **RAE eletrônica**, 2003.
- SCHOLES, M. S; WOLFSON, M. A; ERICKSON, M; MAYDEW, E; SHEVLIN, T. **Taxes & business strategy**. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2014.
- SCHOUERI, L. E; GALENDI JÚNIOR, R. A. *Thematic Reports: Brazil. Em Tax Avoidance Revisited in the EU BEPS Context: 2016 eatlp congress munich*, pp. 2-4 June 2016. (pp. 199–232). Amsterdam: Intl Bureau of Fiscal Doc. (2017).
- SHACKELFORD, D; SHEVLIN, T. Empirical tax research in accounting. **Journal of Accounting and Economics**. pp. 321–387. 2001.
- SHEVLIN, T. Research in taxation. **Accounting Horizons**. Sarasota, v. 13, n. 4, p. 427-441, Dec. 1999.
- SHLEIFER, A.; VISHNY, R. W. Survey of corporate governance. **The Journal of Finance**, v. 52, n. 2, p. 737–783, 1997.
- SHOLES, M.; WOLFSON, M.; ERICKSON, M.; HANLON, M; MAYDEN, E.; SHEVLIN, T. **Taxes and Business Strategy: a Planning Approach**. 5. Ed. New Jersey: Prentice Hall, 2014.
- STARKS, L. T. EFA keynote speech: “Corporate governance and corporate social responsibility: What do investors care about? What should investors care about?”. **Financial Review**, v. 44, n. 4, p. 461-468, 2009.
- STICKNEY, C. P; MCGEE, V. E. Effective corporate tax rates the effect of size, capital intensity, leverage, and other factors. *Journal of accounting and public policy*, 1(2), 125-152, 1982.
- TANG, T. Y. H. (2005) *Book-Tax Differences, a Proxy for Earnings Management and Tax Management - Empirical Evidence from China*. The Australian National University.
- TANG, T. Y. H. *Book-Tax Differences, a Proxy for Earnings Management and Tax Management - Empirical Evidence from China*. The Australian National University, 2005.
- THOMAZ, J, C; BRITO, E, P, Z. Reputação corporativa: construtos formativos e implicações para a gestão. **Revista de administração contemporânea**, v. 14, n. 2, p. 229-250, 2010.
- TORRES, D. F., GONÇALVES, C. A., GOSLING, M., & VEIGA, R. T. Modelo de avaliação da relação entre a reputação e o valor da marca: um estudo no setor automotivo. *Gestão. Org*, 9(1), 57-85, 2011.
- VANCE, P. S.; ÂNGELO, C. F. Reputação corporativa: uma revisão teórica. **Revista de**
- VELLO, A.; MARTINEZ, A. L. Planejamento tributário eficiente: uma análise de sua relação com o risco de mercado. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, [S. l.], v. 11, n. 23, p. 117-140, 2014. DOI: 10.5007/2175-8069.2014v11n23p117, 2022.
- WALKER, K. A systematic review of the corporate reputation literature: Definition, measurement, and theory. **Corporate reputation review**, v. 12, n. 4, p. 357-387, 2010

WATTS, R. L.; ZIMMERMAN, J. L. *Positive Accounting Theory*. New Jersey: Prentice-Hall, 1986.

WEIGELT, K; CAMERER, C. Reputation and corporate strategy: A review of recent theory and applications. **Strategic management journal**, v. 9, n. 5, p. 443-454, 1988.

YOUNG, M. N. *et al.* Corporate governance in emerging economies: a review of the principal-principal perspective. **Journal of Management Studies**, v. 45, n. 1, p. 196–220, 2008.

ZIMMERMAN, J. Taxes and firm size. **Journal of Accounting and Economics** 5: 119-149, 1983.