

**FGV DIREITO SP**  
**MESTRADO PROFISSIONAL**

**GOVERNANÇA TRIBUTÁRIA, REPUTAÇÃO CORPORATIVA E RESPONSABILIZAÇÃO DE FACILITADORES DE  
PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO**

Anteprojeto de pesquisa apresentado ao  
Mestrado Profissional da FGV Direito SP.

Versão de 30.09.2019

**1. Tema, contexto, e modelo de pesquisa predominante**

Alguns incidentes que ocorreram principalmente na Europa e nos Estados Unidos, como o caso do Starbucks, do Google e da Amazon, com o boicote das marcas, movimentos incentivados principalmente pelos veículos de comunicação e entidades, mostraram como o comportamento dos consumidores mudou em um curto espaço de tempo, o que aparentemente não tinha qualquer relação com o consumidor final, como o planejamento tributário (tax planning) da empresa, passou a ser extremamente relevante na hora de escolher qual produto adquirir.

As grandes empresas sempre utilizaram métodos legais para reduzir o pagamento de tributos, através de planejamentos não proibidos (tax avoidance), considerando apenas uma análise da letra fria da lei, mas hoje outros fatores são relevantes para o conceito do que é aceitável e o que não é aceitável para a população.

Aparentemente pagar ou não tributos passou a ser também uma questão moral, a população está preocupada com a responsabilidade social da empresa, se a empresa está pagando tributos que serão destinados ao serviço público, e o não pagamento prejudica a comunidade como um todo, já que os valores não serão revertidos em pró da sociedade, como deveria.

Considerando essa nova realidade, pode ser que a reputação seja a chave para o combate aos planejamentos tributários considerados abusivos, mesmo que legais, pois o boicote dos consumidores impacta diretamente no lucro da empresa, ou seja, serão afetados os dois principais fatores para qualquer marca, a reputação e o lucro, fundamentais para a confiança dos investidores e dos consumidores.

Diversos países já têm trabalhado em medidas de combate aos planejamentos abusivos, tanto para manter a receita dentro de seus limites territoriais, como para equilibrar a concorrência entre os players, através da divulgação obrigatória de planejamentos tributários e qualquer operação que possa impactar na tributação, além do instituto da transparência fiscal, e o não cumprimento é punido por meio da responsabilização dos profissionais

“facilitadores” (Tax planning enablers), como consultores, advogados, contadores e assessores financeiros, formato que também pode ser eficiente ao combate da prática.

Esta tendência mundial também tem sido observada no Brasil, o que torna ainda mais relevante a análise empírica, considerando todas as adversidades atuais a serem destacadas e desenvolvidas, da viabilidade de implementar a governança tributária no Brasil, tendo como um dos principais pontos de atenção, por exemplo, a relação entre fisco e contribuinte.

Para a elaboração do trabalho será fundamental a pesquisa exploratória sobre os modelos já existentes, com a análise documental dos manuais disponíveis para consulta, a necessidade de entrevistas dos aplicadores dos referidos manuais, a relevância do comportamento da população, considerando principalmente a moralidade e o impacto dos meios de comunicação, bem como os benefícios para as empresas e o país.

## **2. Quesitos, fontes de pesquisa e formas de acesso**

- Contextualização fática

Levando em consideração o tópico 1 acima, embora a reputação das empresas sempre tenha sido um fator relevante, nos últimos 10 anos, principalmente com avanço da tecnologia e a facilidade de acesso as informações, por meio dos veículos de comunicação, a relevância tem se mostrado ainda mais importante.

No Brasil, o caso Lava Jato, por exemplo, nos mostrou como os meios de comunicação foram importantes e influenciaram na reputação das empresas. No âmbito especificamente tributário, podemos observar um aumento dos casos noticiados, até mesmo vinculados à operação Lava Jato, que também impactam na reputação das empresas.

Tais constatações são importantes para demonstrar a relevância do objeto proposto de estudo, como as empresas e os países têm se comportado diante da mudança de comportamento da população, e quais os efeitos dessa mudança no âmbito tributário.

Fontes de pesquisas: Matérias jornalísticas.

- Referencial teórico-normativo

Levantar as legislações existentes em outros países e no Brasil relacionadas à governança tributária, e como essas legislações têm tratado o tema.

Analisar como a governança tributária é tratada em outros países e os modelos já existentes utilizados por diversas empresas estrangeiras.

Levantar as principais práticas de Tax Naming and Shaming utilizadas por diversos países, inclusive pelo Brasil, e verificar se é possível afirmar a sua efetividade.

Levantar as principais práticas já adotadas pelos diversos países de responsabilização dos “facilitadores” de planejamento tributário (Tax planning enablers), inclusive pelo Brasil, e verificar se é possível afirmar a sua efetividade.

Fontes de pesquisas: legislação, doutrina nacional e estrangeira, trabalhos acadêmicos, pesquisa de campo e uso da própria experiência.

- Abordagem Analítica

Partindo das análises realizadas no referencial teórico-normativo, é possível afirmar que na estrutura atual das empresas brasileiras há uma preocupação efetiva com a reputação corporativa no âmbito tributário?

Em qual nível a reputação corporativa pode influenciar tanto no aumento da responsabilização dos planejamentos tributários (tax planning) quanto no desenvolvimento da governança tributária?

Quais os atrativos e possíveis impactos para as empresas e o país na implementação de uma governança tributária efetiva?

Uma governança tributária sólida, transparente e estruturada, pode melhorar a imagem das empresas brasileiras e do país nesse momento de crise reputacional pelo qual o país está passando?

- Conclusão Propositiva

A conclusão deve trazer recomendações para as empresas de boas práticas de governança tributária, fazendo um paralelo com os benefícios dessa implementação, e demonstrando como tais práticas podem ser internalizadas.

Além do foco nas empresas, demonstrar o benefício da implementação da governança tributária como política fiscal para o país e a possível melhora na relação entre fisco e contribuinte, considerando o aumento da confiança entre as partes.

### **3. Relevância prática, caráter inovador e potencial de impacto**

Embora o tema não seja novo no âmbito mundial, poucos são os estudos existentes sobre as três condicionantes, governança tributária, reputação e responsabilização em nosso país, o que demonstra o caráter inovador. E, considerando a crise reputacional do Brasil, o impacto da adoção das práticas de governança tributária pode ser extremamente positivo, o que também evidencia a relevância prática do objeto pretendido.

#### 4. Familiaridade com objeto da pesquisa

Trabalho há 15 anos em empresa, e nesse período, além de atuar no contencioso e consultivo tributário, sempre entendi como benéfico, para ambos os lados, o tratamento transparente entre o fisco e o contribuinte como forma preventiva dos possíveis problemas e inseguranças. A possibilidade de me aprofundar no tema, utilizando inclusive minha experiência prática, será uma forma gratificante de contribuir para a possível melhora da relação entre fisco e contribuinte através do estudo acadêmico.

#### 5. Bibliografia preliminar

BARFORD, Vanessa; e HOLT, Gerry. Google, Amazon, Starbucks: The rise of 'tax shaming'. *In: BBC News Magazine*. 21 de março de 2013. Disponível em: <http://www.bbc.com/news/magazine-20560359>

GRIBNAU, Hans J.L.M.; e JALLAI, Ave-Geidi. Good Tax Governance: A Matter of Moral Responsibility and Transparency. *In: Nordic Tax Journal*, vol. 1, 2017. Disponível em: <https://www.degruyter.com/view/j/ntaxj.2017.1.issue-1/ntaxj-2017-0005/ntaxj-2017-0005.xml>

GUTMANN, Daniel. Tax—A Reputation and Boardroom Issue. *In: Bloomberg Tax*, 26 de abril de 2019. Disponível em: <https://news.bloombergtax.com/daily-tax-report-international/insight-tax-a-reputation-and-boardroom-issue>

HOULDER, Vanessa. Public opinion brings shift in business attitudes to tax planning. *In: Financial Times*, 29 de agosto de 2016. Disponível em: <https://www.ft.com/content/bca9bb20-6aca-11e6-ae5b-a7cc5dd5a28c>

RUBINSTEIN, Flavio; e VETTORI, Gustavo. Closing the Brazilian Tax Gap: Public Shaming, Transparency and Mandatory Disclosure as Means of Dealing with Tax Delinquencies, Tax Evasion and Tax Planning. *In: Derivatives & Financial Instruments*, vol. 18, n. 1, 2016.

TAYLOR, Ed. Owed \$526 Billion, Brazil Tries New Tactic on Tax Cheats: Shaming. *In: Bloomberg Tax*, 30 de novembro de 2018. Disponível em: <https://news.bloombergtax.com/daily-tax-report-international/owed-526-billion-brazil-tries-new-tactic-on-tax-cheats-shaming>

DESAI, Mihir A.; DHARMAPALA, Dhammika. Taxation and Corporate Governance: An Economic Approach. Abril de 2007. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=983563](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=983563)

AGUIAR, Luciana Ibiapina Lira. A GOVERNANÇA CORPORATIVA TRIBUTÁRIA COMO REQUISITO PARA O EXERCÍCIO DA ATIVIDADE EMPRESARIAL. Setembro de 2015. Disponível em <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/14097>

MILITÃO, Eduardo. Vale faz venda fake à Suíça e deixa de pagar bilhões em impostos no Brasil. UOL - Economia. Março de 2019. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/04/01/triangulacao-vale-minerio-ferro-confiscos-brumadinho-suica-china.htm>

AMARAL, Gilberto Luiz do. Governança Tributária: imprescindível para as empresas. Disponível em: <https://view.publitas.com/ibpt/revista-governanca-tributaria-2011/page/4-5>

## 6. Cronograma de execução

Atividade	2019					2020												Horas
	08	09	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Pesquisa bibliográfica	■	■	■	■														[60h]
Leitura da bibliografia			■	■	■													[60h]
Análise dos programas públicos de compliance				■	■	■												[60h]
Entrevistas				■	■	■												[20h]
Elaboração dos capítulos					■	■	■	■	■									[120h]
Conclusão da redação									■	■								[30h]
Revisão										■	■	■						[30h]
Depósito													■					[0]