



Universidade Federal do Pampa

**Campus Santana do Livramento  
Graduação em Administração  
Trabalho de Curso**

**Pequenos Empurrões, Grandes Resultados: Os *Nudges* no IPTU de Santana do Livramento**

Autoria: Emeli Danieli Pereira Zapata  
Orientador: Silvia Amélia Mendonça Flores

**RESUMO**

Esse estudo analisa como os *nudges* comportamentais contribuem para o pagamento de IPTU em Santana do Livramento. Por meio de uma abordagem qualitativa, através de um estudo de caso, foram realizadas dez entrevistas com contribuintes que efetuaram o pagamento de IPTU em dia e/ou participaram do programa Refis bem como com dois gestores da Secretaria Municipal da Fazenda. Entre as estratégias de *nudges* identificadas estão as redes sociais, o site da prefeitura e as rádios como principais canais de comunicação. Além disso, destacaram-se o uso de descontos para pagamento à vista, que incentivam a inadimplência, e o Programa de Recuperação Fiscal (REFIS), o qual pode contribuir para o aumento da inadimplência. Os resultados indicam que os *nudges* são eficazes para fortalecer a comunicação entre fisco e contribuinte. No entanto, foram identificadas limitações, como a falta de divulgação contínua ao longo do ano e um maior detalhamento sobre as informações transmitidas, o que evidencia a necessidade de melhorias nas estratégias de comunicação. Além disso, os resultados demonstram uma preferência dos contribuintes ao pagamento físico, o que reporta resistência às novas tecnologias, especialmente entre os mais idosos. Ademais, é priorizado o atendimento presencial, sendo importante explorar melhor os meios digitais da prefeitura, como o uso do WhatsApp, que ainda é pouco divulgado. Concluiu-se que os *nudges* podem contribuir para o aumento da arrecadação, desde que haja investimentos em uma comunicação acessível, clara e contínua ao longo do ano.

**Palavras-chave:** IPTU; *Nudges* comportamentais; inadimplência, arrecadação de imposto, Refis.

**Small Nudges, Big Results: Nudges on Property Tax in Santana do Livramento**

**ABSTRACT**

This study analyzes how behavioral nudges contribute to the payment of IPTU in Santana do Livramento. Using a qualitative approach, through a case study, ten interviews were conducted with taxpayers who made timely payments of IPTU and/or participated in the Refis program, as well as with two managers from the Municipal Treasury Department. Among the identified nudge strategies are social networks, the city hall's website, and radio stations as the main

communication channels. Additionally, discounts for one-time payments, which encourage prompt payment, and the Fiscal Recovery Program (REFIS), which may contribute to increased delinquency, were highlighted. The results indicate that nudges are effective in strengthening communication between the tax authorities and taxpayers. However, limitations were identified, such as the lack of continuous dissemination throughout the year and a need for more detailed information, highlighting the need for improvements in communication strategies. Additionally, the results show a preference among taxpayers for physical payments, indicating resistance to new technologies, especially among older individuals. Furthermore, in-person service is prioritized, making it important to better explore the city hall's digital platforms, such as WhatsApp, which is still minimally promoted. It was concluded that nudges can contribute to increased revenue collection, provided there is investment in accessible, clear, and continuous communication throughout the year.

**Keywords:** Property Tax; Behavioral Nudges; Tax Delinquency; Tax Collection; Refis.

## **Pequenos Empujones, Grandes Resultados: Los Nudges en el Impuesto Predial de Santana do Livramento**

### **RESUMEN**

Este estudio analiza cómo los nudges conductuales contribuyen al pago de IPTU en Santana do Livramento. A través de un enfoque cualitativo, mediante un estudio de caso, se realizaron diez entrevistas con contribuyentes que realizaron el pago de IPTU a tiempo y/o participaron en el programa Refis, así como con dos gestores de la Secretaría Municipal de Hacienda. Entre las estrategias de nudges identificadas se encuentran las redes sociales, el sitio web de la alcaldía y las radios como principales canales de comunicación. Además, se destacó el uso de descuentos para pagos al contado, que fomentan la puntualidad en el pago, y el Programa de Recuperación Fiscal (REFIS), el cual puede contribuir al aumento de la morosidad. Los resultados indican que los nudges son eficaces para fortalecer la comunicación entre el fisco y el contribuyente. Sin embargo, se identificaron limitaciones, como la falta de divulgación continua a lo largo del año y una mayor precisión sobre la información transmitida, lo cual evidencia la necesidad de mejoras en las estrategias de comunicación. Además, los resultados demuestran una preferencia de los contribuyentes por el pago en persona, lo que señala una resistencia a las nuevas tecnologías, especialmente entre los mayores. Asimismo, se prioriza la atención presencial, siendo importante explorar mejor los medios digitales de la alcaldía, como el uso de WhatsApp, que aún es poco divulgado. Se concluye que los nudges pueden contribuir al aumento de la recaudación, siempre que haya inversiones en una comunicación accesible, clara y continua a lo largo del año.

**Palabras-clave:** Impuesto sobre la Propiedad; Nudges Conductuales; Morosidad; Recaudación de Impuestos; Refis.

## **1 INTRODUÇÃO**

Tem-se como obrigação a tributação de imposto, que nasce diretamente da lei, em que torna o ato de seu pagamento obrigatório a todos, independente da vontade do contribuinte (Crepaldi, 2021). Rocha (2018) demonstra que apesar de sua obrigatoriedade, é notável que o contribuinte possui uma certa desconfiança em relação ao Poder Público. O autor expõe que

essa desconfiança é resultado da repressão advinda do Estado, em que é vista na maioria das vezes como injusta e desproporcional, acarretando o sentimento de pagar os tributos apenas como ato de cidadania fiscal. A relação entre fisco e contribuinte se torna fragilizada, desencadeando baixa aprovação das normas de tributação (Castro; Marques, 2023).

Feitosa e Cruz (2019) reportam que a rejeição das normas tributárias pode ser associada com a aversão à perda financeira ou a falta de informação. Esses efeitos podem ser vistos como um desafio para a arrecadação de impostos, tendo em vista que podem resultar em inadimplência. Outro problema recorrente é a falta de capacidade cognitiva do contribuinte em relação às normas tributárias. Essa incapacidade de entender o funcionamento das leis torna-o vulnerável. A falta de especialização leva o contribuinte a muitas incertezas em relação a pagamentos tributários. Essas incertezas, às vezes, o incentivam a entregar suas obrigações tributárias a terceiros, o que o torna vulnerável e impotente diante de suas questões tributárias (Marins, 2009).

As contribuições de Rocha (2018) mostram que ainda não foram pensadas formas de conscientizar os contribuintes sobre a importância de sua cidadania fiscal e, acabam buscando o cumprimento das normas tributárias através de punições. Por mais que essas punições gerem alguns resultados, elas não irão proporcionar um cumprimento genuíno e voluntário. Diante desse cenário, a economia comportamental surge como um método para auxiliar no incentivo para um bom comportamento fiscal. Richard Thaler colaborou de forma significativa para a economia comportamental, com a teoria de aplicação de “*nudges*” para direcionar um melhor caminho aos indivíduos (Araújo et al., 2023).

Os *nudges* são um estímulo capaz de mudar o comportamento para uma decisão mais viável e benéfica, sem retirar o poder de escolha da pessoa (Thaler; Sunstein, 2019). Os autores ressaltam “somos a favor de que os setores público e privado direcionem de forma consciente as pessoas a fazerem escolhas que melhorem suas vidas” (Thaler; Sunstein, 2019, p. 16). Visando melhores índices de arrecadação, pode ser concluído que os *nudges* possuem grande potencial para auxiliar os gestores na mitigação da inadimplência fiscal.

Nesse sentido, a literatura reporta as desmotivações que o contribuinte tem em relação às contribuições fiscais. Rocha (2018) reporta que um problema também recorrente é a falta de confiança gerada pelo sistema tributário, pois este segue um sistema de punição e ameaças. Setúbal e Suela (2024) demonstraram como sendo alguns problemas, a dificuldade financeira e a falta de conhecimento sobre o funcionamento das normas tributárias, sendo que esses problemas podem resultar em inadimplência.

Dentro desse contexto, temos como importante tributo de arrecadação, o Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana - IPTU. Sua importância faz com que a gestão tributária tenha uma maior preocupação com suas contribuições dentro dos prazos estipulados (Araújo et al., 2023). Setúbal e Suela (2024) destacam o impacto que a inadimplência de IPTU produz nas finanças municipais. É visto pelos autores que o descumprimento dessa contribuição pode gerar uma escassez de investimentos para recursos e serviços ofertados à população. É visto também por Rosa, Pereira e Penedo (2023) uma injustiça fiscal em relação a contribuintes adimplentes que efetuam o pagamento de IPTU em dia. Os contribuintes que cumprem com suas obrigações tributárias regularmente são fundamentais para o funcionamento do setor público, pois estão contribuindo para o desenvolvimento do município (Setúbal; Suela, 2024).

De acordo com dados acumulados até julho de 2024, fornecidos pelo Tribunal de Contas do Estado - TCE (2024), observa-se que em Santana do Livramento, Rio Grande do Sul, unidade de estudo desta pesquisa, a arrecadação de IPTU, juntamente com cobranças de dívidas, multas e juros, apresenta níveis inferiores à meta projetada para o ano de 2024. Os dados indicam que a meta de arrecadação para o ano era de R\$ 31.125.550,00, porém o valor arrecadado foi de apenas R\$ 10.858.842,28, correspondendo a aproximadamente 34,89% do valor esperado, o que sugere a impossibilidade de alcançar a meta. Araújo et al. (2023) sugerem

implementações que podem estimular uma mudança positiva no comportamento de contribuintes inadimplentes. Através das teorias de *nudges* os autores propõem melhorias na comunicação entre o setor público e os contribuintes.

Tendo em consideração os problemas que levam o contribuinte a uma desmotivação tributária que pode resultar em inadimplência, é feita uma relação às teorias de *nudges*, em que são propostas implementações, tais como o método para incentivo de arrecadação no setor público. Diante disso, tem-se a pergunta central da pesquisa: Como os *nudges* comportamentais contribuem para o pagamento de IPTU em Santana do Livramento?

A partir disto, o objetivo geral deste estudo consiste em analisar como os *nudges* comportamentais contribuem para o pagamento de IPTU em Santana do Livramento, de modo mais específico (i) mapear os *nudges* utilizados pela Prefeitura de Santana do Livramento, (ii) Identificar os *nudges* mais utilizados pelos contribuintes adimplentes e (iii) Analisar a percepção da gestão pública municipal e dos contribuintes sobre o uso de *nudges* no processo de arrecadação.

A justificativa teórica da pesquisa está fundamentada na importância do *nudge* para a tomada de decisão. Através das pesquisas de Araújo et al. (2023) é feito um mapeamento acerca da literatura, em que são apresentados exemplos de aplicações de *nudges* em outros países para auxiliar no incremento de insights comportamentais no processo de arrecadação de IPTU. Os autores evidenciam que as mudanças na arquitetura de escolha dos contribuintes colaboraram com a diminuição de descumprimentos de pagamentos de IPTU. Outro exemplo de pesquisa é a de um estudo de caso no laboratório de inovação da Secretaria Municipal de Inovação e Tecnologia de São Paulo. O estudo propôs o desenvolvimento de um plano para o aumento da arrecadação de IPTU utilizando métodos de ciências comportamentais, o que resultou em uma redução significativa de dívidas de IPTU (Castro; Marques, 2023).

Considerando que estudos sobre a aplicação de *nudges* do setor de arrecadação de IPTU têm demonstrado resultados positivos, far-se-á necessário um estudo mais aprofundado para entender as necessidades do contribuinte e como a gestão pode utilizar disso para melhorar o desempenho de arrecadação. Observa-se que os *nudges* implementados, apesar de simples, tem potencial de gerar resultados significativos quando aplicados corretamente, incentivando as pessoas a tomarem decisões mais favoráveis e contribuindo para a solução de problemas sociais (Thaler; Sunstein, 2019). Diante disso, pode-se atribuir melhores métodos de incentivo para a tributação de Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial em Santana do Livramento, para garantir uma maior eficiência nos níveis de arrecadação. Para isso, é fundamental entender os processos utilizados para incentivar os contribuintes a efetuarem os pagamentos de IPTU dentro do prazo, assim como seu comportamento diante desses incentivos.

Entender o comportamento do contribuinte, assim como os fatores que o levam a quitar esse tributo é importante para reconhecer o que está trazendo bons resultados e o que ainda surge como limitações e barreiras para a tomada de decisão. Essas barreiras podem levar os contribuintes à inadimplência e ao baixo nível de arrecadação fiscal. Por meio disso, este estudo pretende analisar as motivações de contribuintes adimplentes com o pagamento de IPTU, para assim entender o efeito causado pelos *nudges* definidos pela Prefeitura Municipal de Santana do Livramento, assim como sua concepção sobre a utilização dessa estratégia. Com isso, pode-se diferenciar de trabalhos anteriores, como o de Araújo et al. (2023), ao qual utiliza estudos bibliográficos para a coleta de dados, resultando em uma falta de entendimento mais aprofundado sobre a percepção do contribuinte e da gestão de arrecadação perante essas estratégias. Além disso, se faz necessário superar a lacuna apontada por Rocha (2018), que ressalta uma carência de estudos empíricos sobre a percepção do contribuinte em relação à tributação. O autor evidencia a importância de conhecer melhor o contribuinte, pois esses conhecimentos podem contribuir na relação entre fisco-contribuinte.

Este trabalho está dividido em cinco partes. A primeira seção é a introdução, que apresenta uma visão geral do tema, a problemática, a questão central do projeto e sua justificativa. Na segunda parte, o referencial teórico é apresentado, incluindo um subtópico sobre *nudges* comportamentais, que contextualiza essas estratégias, e outro subtópico sobre o imposto predial e territorial, que discute suas leis, estrutura e arrecadação. A terceira parte descreve os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa, detalhando os métodos escolhidos, a unidade de análise e as técnicas de coleta e análise de dados. Na quarta parte, são analisados os resultados obtidos, começando com a caracterização dos entrevistados e, em seguida, subdividindo os *nudges* identificados nas falas dos gestores e dos contribuintes. Posteriormente, a triangulação dos dados é realizada para avaliar as percepções de ambos os grupos em relação aos *nudges* utilizados. Por último, são apresentadas as considerações finais do trabalho.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 *Nudges* Comportamentais

Aliada a economia comportamental, conceitos e teorias foram desenvolvidos a fim de contemplar uma percepção diferente em relação às escolhas do indivíduo e assim colaboraram com métodos para auxiliar em sua tomada de decisão (Araújo et al., 2023). Foi moldado por Kahneman (2012) conceitos que mudaram a forma clássica de entender o comportamento humano. Suas teorias revelaram que os seres humanos possuem dois modos de pensamento, um sendo rápido e automático, denominado como sistema 1 e outro sendo mais complexo e lento, que requer mais esforço e atenção, denominado como sistema 2.

Quando o cérebro trabalha rapidamente para responder uma pergunta complexa é feita uma substituição da resposta correta para uma mais fácil de ser encontrada. Essa ação pode ser definida como ‘heurística’. As heurísticas têm o poder de auxiliar a simplificação de tarefas que vão exigir muito esforço mental ao sistema 2. Por conta do raciocínio para processar uma solução rapidamente, o resultado pode acabar sendo falho. Esse erro sistemático é denominado como viés (Kahneman, 2012).

Kahneman (2012) representa em exemplos, como os dois sistemas trabalham e processam as informações. Na Tabela 1 podem ser vistos alguns desses exemplos aos quais são atribuídos.

Tabela 1: Exemplos de atividades dos sistemas

| Sistema 1                            | Sistema 2                                     |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Orientar-se em direção a um som      | Ditar o número de telefone                    |
| Responder 2+2?                       | Estacionar em uma vaga apertada               |
| Reagir com aversão a uma imagem ruim | Preencher um formulário de imposto            |
| Compreender sentenças simples        | Verificar a validade de um argumento complexo |

Fonte: Kahneman, 2012, p. 26-28.

Diante desses conceitos, Thaler e Sunstein conceberam a economia comportamental, um método que serve para guiar as pessoas às melhores decisões, sem tirar sua liberdade de escolha, culminando nos chamados *nudges* comportamentais (Kahneman, 2012). É defendido por Kahneman (2012) a ideia de que o ser humano precisa ser protegido, pois está exposto às fraquezas dos sistemas. Ele utiliza como exemplo uma empresa que transfere contratos para

terceiros assinar. Diversas vezes quem recebe o contrato pode se encontrar diante de letras miúdas e difíceis de ler, em que apenas serão ignoradas pela maior parte dos indivíduos.

Por conta dessas implicações, é indicado a atribuição dos métodos de *nudges*, pois nessa situação, suas propostas irão advertir um formato de contrato mais simples de ser lido e compreendido. Os *nudges* podem ser identificados como estímulos capazes de mudar uma decisão sem anular o poder de escolha das pessoas. Diferente de uma ordem, o *nudge* é apenas uma influência sutil para uma escolha específica. É como sugerir um ponto de partida para o processo de pensamento (Thaler; Sunstein, 2019).

Relacionado a esse conceito, Thaler e Sunstein (2019) defendem o movimento de paternalismo libertário, que de início é visto como um termo contraditório. Porém, os autores demonstraram que se entendido corretamente o que juntos eles representam, conclui-se que estão associados a bom senso. O termo paternalismo reflete a ideia de que os arquitetos de escolha têm o dever de motivar as pessoas a seguirem um caminho que seja mais saudável e que lhes tragam benefícios. E o termo libertário está relacionado à liberdade de escolha do indivíduo. Esses conceitos juntos prezam que as empresas estimulem as pessoas para escolhas que melhorem suas vidas, levando essas empresas a adotarem os métodos de *nudges*. O maior motivo para a implementação de *nudges* é por conta da falta de capacidade dos indivíduos para tomarem decisões conscientes, levando em consideração que possuem uma racionalidade limitada e falta de autocontrole. A falta de atenção leva os indivíduos a tomarem decisões ruins na maior parte das vezes (Thaler; Sunstein, 2019).

Tendo em vista a importância dos *nudges* para o processo decisório, tal conceito tem sido utilizado amplamente em políticas públicas. Rocha (2018) já demonstrava a importância da eficiência na prestação de serviços advindos do Estado. A qualidade dos serviços prestados pode auxiliar na construção de confiança do contribuinte e estabelecer uma boa relação entre estes. Adiante temos as contribuições de Richard Thaler, em que trouxe um grande avanço para as políticas públicas, com a aplicação dos *nudges* no setor público (Kahneman, 2012). A implementação de métodos aos quais possam melhorar a qualidade das escolhas dos contribuintes pode melhorar a eficiência das políticas públicas (Filho; Paiva, 2017).

Diversos são os exemplos bem-sucedidos de implementação de *nudges* no setor público. Thaler e Sunstein (2019) apontam em seu livro, o exemplo de implementação na cidade de Minnesota, onde era divulgado os números de inadimplência, e por conta do alto nível de descumprimento, a contribuição não era frequente. Com isso, foi utilizada uma forma contrária de divulgação, em que era visto um alto nível de adimplentes. Essa mudança acarretou um número bem maior de contribuições, pois todos estavam apenas seguindo o que os outros estavam fazendo.

Outro exemplo a ser visto por Thaler e Sunstein (2019) é da implementação de um feedback nas contas de energia. Esse exemplo estava relacionado a exibir informações descritivas do quanto tinha sido gasto de energia pelos consumidores e, foi atribuído a essas informações um ‘emoticon’ (imagens usadas para transmitir uma ideia, uma emoção ou um sentimento), sendo um emoticon triste para consumos altos, e outro feliz para consumos baixos.

Em outras literaturas também pode ser encontrado exemplos de implementações no setor público. Benartzi et al. (2017) desenvolvem uma análise da eficácia das intervenções de *nudges* em comparação com as políticas tradicionais em diversas áreas como: economia de energia, vacinação contra gripe e poupança para aposentadoria. É visto pelos autores algumas intervenções como: lembretes planejados e assistência personalizada no preenchimento de formulários, é sugerido que essas intervenções podem ser valiosas quando utilizadas em conjunto com as políticas tradicionais. Nos estudos de Santoro e Mascagni (2023) foi elaborado um experimento de envio de vídeos curtos para contribuintes ruandeses, em que teve como propósito melhorar a forma de comunicação e a percepção destes contribuintes em

relação ao imposto. Pode ser visto também por Castilho (2020) a elaboração de formulários para o incentivo à contribuição dos valores mensais do plano de aposentadoria por meio de e-mails personalizados. Através dos exemplos de implementações de *nudges*, é notado resultados positivos, reportando o potencial dessa estratégia para a melhoria de arrecadação de IPTU, visto que demonstram uma preocupação direta com o contribuinte. Filho e Paiva (2017) advertem os arquitetos de escolha sobre a importância da criação de estratégias e programas que facilitem a tomada de decisão dos contribuintes, pois estes possuem um processamento limitado de informações e necessitam de programas que visem a melhoria de suas vidas.

Na próxima seção apresenta-se a contextualização sobre o IPTU, em que é feita uma verificação acerca da literatura para a apresentação das leis, estruturas e exemplos de aplicações de *nudges* em setores de IPTU.

## **2.2 Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana - IPTU**

As contribuições tributárias são receitas arrecadadas com a finalidade de suprir as despesas públicas e, podem ser divididas em três níveis governamentais aos quais compete a autonomia de sua arrecadação, sendo estes: federais, estaduais e municipais. Os tributos arrecadados são instrumentos para a aquisição dos recursos necessários para atender as necessidades públicas, tendo como exemplos de atividades carecidas desses recursos: área da saúde e educação, segurança pública, manutenções, prestação de serviço, ações sociais, etc. (Crepaldi, 2021).

Segundo a Constituição Federal (1988), o Art. 156 indica que ao Município é atribuída a competência de tributação do Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial (IPTU), o que demonstra que este estará responsável por seus aspectos administrativos e normativos, bem como o formato arrecadatório e sua estrutura de cálculo (Sá et al., 2013). A estrutura de cálculo do IPTU é estabelecida conforme as leis do Código Tributário Nacional (1966). Em seu Art. 33, o Código Tributário Nacional (1966) determina que a base de cálculo do IPTU é feita através do valor venal do imóvel, sem ser incluído o valor de outros bens que se encontram preservados no imóvel.

Através do Art. 34 do Código de Tributação Nacional (1966) pode ser disposto o pagamento de IPTU ao proprietário ou titular do imóvel, sendo este denominado como contribuinte. Quando o contribuinte não cumpre com suas obrigações fiscais, efetuando o pagamento de IPTU até o prazo fixado, este é inscrito em Dívida Ativa, sendo este ato obrigatório conforme o Art. 201 do Código de Tributação Nacional (1966). Diversas são as medidas tomadas pelas Secretarias da Fazenda para a regularização dos débitos que se encontram em dívida ativa (Guimarães, 2020). Um método que se encontra presente no planejamento de regularização é o Programa de Recuperação Fiscal (REFIS). Schoueri (2015) traz como principais objetivos do REFIS os parcelamentos de dívidas, prazos longos e a possibilidade de liquidação dos juros do referido débito.

Pode ser visto que algumas literaturas se mostram desfavoráveis aos métodos de Recuperação Fiscal. Rocha (2018) argumenta que a utilização do Refis contraria a motivação principal do governo, que segue uma abordagem de caráter punitivo. Paes (2014) também traz pontos a serem questionados sobre o REFIS, quando retrata um baixo cumprimento de pagamentos efetuados no prazo, pois o contribuinte prevê que irá se beneficiar no futuro com parcelamento do débito ou pagamento de um valor menor ao qual está sendo pago no ato. O autor relaciona o REFIS à uma motivação para a inadimplência fiscal.

Apesar das discordâncias, Setúbal e Suela (2024) discorrem sobre a preocupação das gestões em relação à Dívida Ativa. É exposto pelos autores que quando é acionado a recuperação desses débitos, os resultados demonstram melhorias da relação com o

contribuinte, tendo em vista que a gestão se encontra disponível para oferecer suporte e facilidade para a resolução de dívidas pendentes.

No caso específico do município em estudo, o Programa de Recuperação Fiscal é realizado a cada ano em Santana do Livramento. Através da Lei 8.118 de julho de 2023, ocorreu o REFIS 200 municipal, em que concede descontos para a efetuação de pagamentos de débitos à vista e a possibilidade de parcelamento. Podem ser vistas algumas atribuições na Figura 1.

Figura 1- Atribuições do REFIS de Santana do Livramento



Fonte: Elaborado pela autora com base nas atribuições da Lei 8.118 de Julho de 2023.

Além das cobranças de débitos de contribuintes inadimplentes, deve ser pensado também nos contribuintes que cumprem suas obrigações. Setúbal e Suela (2024) demonstram a importância desses contribuintes para o funcionamento dos setores públicos, pois é através de suas contribuições que será possível desenvolver as atividades governamentais as quais necessitam desse recurso. Pensando nisso, em Santana do Livramento é disposto descontos para esses contribuintes regulares. Através do Grupo A Plateia (2024) é informado desconto de 20% para quem pagou o IPTU do ano de 2024 até o dia 29 de fevereiro. De Programas de Recuperação Fiscal a Descontos para IPTU do ano, podem ser encontrados diversos exemplos de aplicações para motivar o contribuinte a cumprir com suas obrigações fiscais. Setúbal e Suela (2024) ainda exibem como método de *nudges*, a adaptação de canais de comunicação em que o contribuinte possa ter fácil acesso à informação. Esse método pode auxiliar a maximizar a efetividade dos pagamentos de imposto.

Seguindo estudos através da literatura, podemos encontrar exemplos de aplicações de *nudges* em setores de arrecadação de IPTU no Brasil. A partir dessas pesquisas é feito um resumo da literatura, em que se pode verificar exemplos no Quadro 1.

Quadro 1- Exemplos de *nudges* em setores de arrecadação de IPTU no Brasil

| Autores                | Título                                                                                                    | Objetivo                                                                                                                                                                               | Principais resultados                                                                                                                                                                                                |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Setúbal e Suela (2024) | Arrecadação tributária de Colatina-ES: A eficácia da notificação de dívida ativa no recolhimento de IPTU. | Verificar quantas pessoas físicas/jurídicas efetuaram pagamentos de débitos em dívida ativa a partir de notificações enviadas pelo correio para os endereços cadastrados no município. | Possui um retorno significativo de 60% dos contribuintes que receberam a notificação, onde demonstra que o envio de notificações pelos correios é um meio essencial para informar o contribuinte sobre seus débitos. |

|                                   |                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Araújo et al. (2023)              | <i>Nudge</i> como estratégia para o incremento da arrecadação fiscal do IPTU                                | Através de exemplos bem-sucedidos sugerir propostas de aplicações de <i>nudges</i> no processo de arrecadação de IPTU da cidade de Monlevade-MG.                                                              | Através da revisão da literatura é visto que a implementação de insights comportamentais como um incremento no município de Monlevade pode resultar em acréscimo de arrecadação, onde poderá gerar mais recursos para a ampliação de políticas públicas. |
| Schächtele, Eguino e Roman (2022) | Melhorar o registro de contribuintes por meio de <i>nudges</i> ? Evidência experimental de campo do Brasil. | Aumentar o registro online de contribuintes de IPTU (Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana).                                                                                               | O envio de e-mail simples aumentou significativamente o registro dos contribuintes. O que demonstra que intervenções simples podem auxiliar no incentivo e motivação.                                                                                    |
| Castro e Marques (2023)           | O fisco influencer: Uma análise da relação fisco-contribuinte à luz da economia comportamental.             | Examinar como os <i>nudges</i> podem aprimorar a adesão do contribuinte às obrigações fiscais e legitimar o tributo através da análise das experiências do laboratório de inovação e tecnologia de São Paulo. | A comunicação através de cartas focadas nas consequências do não pagamento resultou em aumento significativo na regularização das dívidas fiscais do ano de 2019.                                                                                        |

Fonte: Elaborado pela autora com base na literatura

O Quadro 1 apresenta exemplos de como técnicas de "*nudges*" estão sendo utilizadas para melhorar a arrecadação do IPTU em diferentes cidades. Em Colatina-ES, o estudo de Setúbal e Suela (2024) mostrou que o envio de notificações de dívida ativa pelo correio gerou um retorno de 60% nos pagamentos, evidenciando a eficácia de informar os contribuintes sobre suas dívidas. Araújo et al. (2023) sugerem que, em Monlevade-MG, a aplicação de *nudges* pode aumentar a arrecadação do IPTU, gerando mais recursos para políticas públicas. Por outro lado, Schächtele, Eguino e Roman (2022) focaram em aumentar o registro online de contribuintes e descobriram que um simples e-mail incentivou muitas pessoas a se registrarem, mostrando que intervenções simples podem ser motivadoras. Por fim, o estudo de Castro e Marques (2023) analisou como a comunicação pode melhorar a relação entre o fisco e os contribuintes, revelando que cartas que falavam sobre as consequências do não pagamento ajudaram a reduzir muitas dívidas. Esses exemplos mostram que técnicas simples de comunicação e lembretes podem fazer uma grande diferença na arrecadação do IPTU, ajudando a engajar os contribuintes e a garantir que as dívidas sejam pagas.

Na próxima seção, tem-se a metodologia utilizada. Neste item será descrito os passos seguidos durante a execução do trabalho, além de apresentar a justificativa sobre o método escolhido.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo foi realizado através da abordagem qualitativa. Destaca-se que é através de uma pesquisa qualitativa que é permitido a realização de estudos mais aprofundados, em que compete representar as perspectivas e visões dos participantes. Ou seja, com a pesquisa qualitativa pode-se ter mais liberdade na realização de estudo, tais como a abrangência e aprofundamento (Yin, 2016).

A pesquisa qualitativa teve um caráter exploratório, com o objetivo de aprimorar ideias e tornar o objetivo do estudo mais explícito (Gil, 2002). Tendo em vista as implicações quanto a conceitos e conteúdos sobre o tema em questão, Gil (2002) confere que através de

um estudo exploratório pode-se descobrir novos fatos tendo em vista sua flexibilidade em relação a construção de conteúdo. O autor discorre da observação de que uma pesquisa exploratória, na maior parte das vezes, assume um formato de pesquisa bibliográfica ou de estudo de caso, o que nos leva ao método escolhido para este estudo.

Para compreender o papel dos *nudges* no pagamento do IPTU em Santana do Livramento, foi realizado um estudo de caso. Segundo Yin (2001) o estudo de caso é uma investigação empírica ao qual estuda um fenômeno dentro de uma situação vivenciada na vida real. Gil (2002) apresenta o estudo de caso como um estudo aprofundado de um ou poucos objetos em que é permitido o alcance de conhecimentos mais amplos e detalhados.

Assim sendo, a pesquisa foi constituída através de uma investigação no setor de arrecadação de IPTU de Santana do Livramento, adotando os conceitos dos *nudges* comportamentais para compreender o processo de tomada de decisão de contribuintes em relação ao pagamento de IPTU. Além disso, buscou-se auxiliar a gestão na aplicação de estratégias que incentivem esse pagamento, permitindo uma exploração mais ampla de seu contexto. Dado que o estudo aborda um cenário propenso à investigação e que pretendia colaborar para o desenvolvimento dos conceitos estudados, tornou-se necessário o uso de um método que aprofundasse os fatos observados, justificando a aplicação de um estudo de caso.

A pesquisa foi realizada com contribuintes que efetuaram o pagamento integral de IPTU e/ou participaram do programa de Recuperação Fiscal (REFIS) e com os gestores do setor de arrecadação de IPTU para um maior entendimento das percepções sobre a utilização de métodos para a contribuição do imposto.

Para identificar os contribuintes adimplentes foi realizada uma divulgação da pesquisa nas redes sociais e no setor de arrecadação do município. Com isso, a coleta de dados foi feita por conveniência. É destacado por Yin (2001) que é muito ampla a variedade de fontes de evidências que podem ser utilizadas em um estudo de caso. O autor apresenta seis fontes como sendo as mais importantes: documentos, registro de arquivos, entrevistas, observação direta, observação do participante e artefatos físicos.

Através desses conceitos foi realizada uma entrevista semiestruturada que foi dividida em dois grupos: os gestores do setor de arrecadação de IPTU e contribuintes que efetuaram o pagamento de IPTU integral e/ou participaram do programa de Recuperação Fiscal (REFIS). A entrevista semiestruturada é representada por Gerhardt e Silveira (2009) como sendo um roteiro estruturado pelo autor ao qual o entrevistado é incentivado a falar livremente sobre o tema em questão. O roteiro para a entrevista com os contribuintes está no Apêndice A. As perguntas foram elaboradas com base na literatura, tendo como principais referências, os estudos de Castro e Marques (2023) e Rocha (2018). O roteiro para os gestores está disponível no Apêndice B. As perguntas foram elaboradas com base na literatura, a partir dos estudos de Setúbal e Suela (2024). Previamente a coleta de dados, os roteiros das entrevistas passaram pela análise de especialistas e foi realizado um pré-teste para confirmar o entendimento das perguntas.

Além disso, foi feita uma análise de dados de arrecadação bimestral junto com a verificação de leis, documentos e anúncios nas redes sociais da Secretaria da Fazenda Municipal. Esses dados juntos formaram uma triangulação, o que pode ser visto por Yin (2001) como sendo um alinhamento de várias fontes distintas onde possui o mesmo fenômeno de estudo. Com a triangulação é possível construir diversas avaliações de uma mesma situação estudada (Yin, 2001).

Para Yin (2001) a análise de dados compete em examinar, categorizar, classificar e recombinar as evidências encontradas no caso. Por meio disso foi atribuída a análise dos dados obtidos, uma análise de conteúdo, que é vista por Minayo (1992) como uma técnica de tratamento de dados que busca a interpretação do material qualitativo. A análise de conteúdo é feita para ser descoberto os significados e sentidos dos materiais encontrados para que

possam se relacionar com os objetivos propostos (Minayo, 1992). Através da análise de conteúdo foi realizado um procedimento para proporcionar maior compreensão sobre o cenário estudado. O procedimento da análise de conteúdo é apresentado pela autora por três etapas: (1) Pré-análise; (2) Exploração do Material; (3) Tratamento e interpretação dos dados obtidos. Durante a etapa de exploração, realizou-se o mapeamento de categorias, com base no modelo de Silva e Fossá (2015) que sugere uma abordagem sistemática para o alcance de resultados mais consistentes. No final desse processo foi possível alcançar os objetivos esperados junto com respostas à pergunta central do tema de pesquisa. A seguir, apresenta-se a análise dos resultados obtidos através da coleta de dados.

## 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste tópico, analisam-se os resultados obtidos, relacionando-os com os objetivos da pesquisa. Primeiramente, é apresentada a caracterização dos entrevistados, através de características pessoais e profissionais. Em seguida, é feito um mapeamento dos *nudges* identificados no setor de arrecadação de IPTU, com base nas respostas da gestão e dos contribuintes. Por fim, é abordada a percepção da gestão e dos contribuintes sobre a utilização dos *nudges* na arrecadação.

### 4.1 Perfil dos entrevistados

Com base nas entrevistas realizadas com a gestão do setor de Arrecadação de IPTU e com os contribuintes que realizaram o pagamento de IPTU e/ou participaram do programa Refis, foi elaborada uma tabela com a caracterização de perfil dos participantes. Os dados foram coletados durante o mês de setembro de 2024, com o formato de entrevista presencial com todos os entrevistados. Foram feitas entrevistas com dois gestores do setor de arrecadação de IPTU e dez contribuintes, totalizando doze entrevistas, com dados referentes à idade, gênero, escolaridade, ocupação, tempo de atuação no setor (para a gestão) e se o imóvel é próprio ou alugado (para os contribuintes). Esses dados podem ser verificados na Tabela 2.

Tabela 2- Perfil dos gestores e contribuintes entrevistados

| Identificação da gestão:         |         |           |                          |          |                           |                           |
|----------------------------------|---------|-----------|--------------------------|----------|---------------------------|---------------------------|
|                                  | Idade   | Gênero    | Escolaridade             |          | Tempo de atuação no setor |                           |
| Gestor(a) 1                      | 33 anos | Feminino  | Ensino Médio Completo    |          | 7 anos e um mês           |                           |
| Gestor(a) 2                      | 56 anos | Masculino | Ensino Superior Completo |          | 11 anos                   |                           |
| Identificação dos contribuintes: |         |           |                          |          |                           |                           |
|                                  | Idade   | Gênero    | Escolaridade             |          | Ocupação                  | Imóvel próprio ou alugado |
| Contribuinte 1                   | 34 anos | Feminino  | Ensino Incompleto        | Superior | Estagiária                | Próprio                   |
| Contribuinte 2                   | 49 anos | Feminino  | Ensino Superior Completo |          | Funcionário público       | Próprio                   |

|                 |         |           |                          |             |                     |         |
|-----------------|---------|-----------|--------------------------|-------------|---------------------|---------|
| Contribuinte 3  | 64 anos | Feminino  | Ensino Médio Completo    |             | Funcionário público | Próprio |
| Contribuinte 4  | 47 anos | Masculino | Ensino Médio Completo    |             | Funcionário público | Próprio |
| Contribuinte 5  | 38 anos | Feminino  | Ensino Superior Completo |             | Funcionário público | Próprio |
| Contribuinte 6  | 38 anos | Masculino | Ensino Médio Completo    |             | Operário            | Próprio |
| Contribuinte 7  | 36 anos | Feminino  | Ensino Superior Completo |             | Funcionário público | Alugado |
| Contribuinte 8  | 46 anos | Feminino  | Ensino Superior Completo |             | Funcionário público | Próprio |
| Contribuinte 9  | 54 anos | Feminino  | Ensino Superior Completo |             | Funcionário público | Próprio |
| Contribuinte 10 | 53 anos | Feminino  | Ensino Completo          | Fundamental | Cuidadora de idoso  | Próprio |

Fonte: Elaborado pela autora através dos dados de pesquisa (2024)

A partir dos dados, os resultados reportam que os gestores apresentam perfis distintos. As idades são 33 e 56 anos, sendo um deles feminino e o outro masculino. Quanto à escolaridade, um possui ensino médio completo e o outro, nível superior. Essas diferenças podem influenciar suas perspectivas e experiências no setor, além de trazer mais diversidade em suas percepções. O tempo de atuação no setor é significativo para ambos, com um gestor tendo 7 anos de experiência e o outro, 11 anos. Esses períodos mais longos podem indicar mais familiaridade e experiências em seus cargos.

Os dados dos contribuintes mostram idades que variam de 34 a 64 anos, o que pode refletir diferentes visões sobre suas contribuições ao IPTU. Também se observa uma predominância feminina. Analisando a escolaridade, nota-se que a maioria dos contribuintes possui ensino superior completo, enquanto o restante tem ensino médio ou fundamental, o que pode influenciar em suas compreensões sobre as cobranças do IPTU. Além disso, as ocupações dos contribuintes são diversas, incluindo estagiários, funcionários públicos, operários e cuidadores de idosos. Essa diversidade pode impactar o nível de informações que recebem sobre as cobranças do IPTU. Por fim, a maioria dos contribuintes possui imóvel próprio, o que aumenta o interesse nas informações relacionadas ao IPTU.

Após conhecer o perfil dos participantes da pesquisa, o estudo analisou a percepção destes referentes aos *nudges* comportamentais utilizados pela Prefeitura Municipal. Na próxima seção é apresentado o mapeamento que foi realizado através dos *nudges* identificados no setor de arrecadação de IPTU, além dos mais utilizados pelos contribuintes.

## 4.2 Mapeamento dos *nudges*

Para atender aos objetivos específicos da pesquisa, foi realizado um mapeamento dos *nudges* mais utilizados pela Prefeitura Municipal. A análise incluiu a perspectiva da gestão, identificando motivações para a adimplência e a inadimplência. Em seguida, examinou-se a percepção dos contribuintes para identificar quais *nudges* eles consideram mais eficazes. Seguindo a abordagem de análise de conteúdo, os dados coletados foram organizados em categorias para os dois grupos de entrevistados (gestão e contribuintes), elaborando-se os

conceitos norteadores para realizar a triangulação dos resultados. Nas subseções, apresentam-se os resultados das análises.

4.2.1 Mapeamento dos *Nudges* - Gestão

Para os resultados referentes à gestão municipal foram criadas 5 categorias, as quais foram denominadas através dos pontos percebidos pelos gestores, em que é destacado quais os principais *nudges* utilizados para incentivar as contribuições de IPTU. Com base nos conceitos norteadores, identificou-se os resultados a partir das falas dos entrevistados. Reporta-se que a gestão apresenta a utilização de *nudges* para a comunicação com o contribuinte e para a organização do calendário de pagamentos. As categorias referentes à gestão são apresentadas a seguir, na Tabela 3.

Tabela 3 – Categorias identificadas nos resultados das entrevistas dos gestores

| Categorias                |
|---------------------------|
| Canais de comunicação     |
| Decisões de divulgação    |
| Período do ano            |
| Motivações para pagamento |
| Formato de pagamento      |

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Considerando as categorias mapeadas nas entrevistas como os gestores, realizou-se o tratamento e interpretação dos resultados. A avaliação das entrevistas sobre a categoria de canais de comunicação com o contribuinte abordou nas falas dos gestores as plataformas digitais, em que são os principais meios utilizados para levar a informação até o contribuinte. Os dois gestores destacaram o site da Prefeitura Municipal como o principal canal de comunicação, em que são divulgados os prazos de pagamentos e descontos, como também telefones para contato. Cabe destacar que o site da Prefeitura possui uma página para cada secretaria, setor e departamento. Ao acessar o site da prefeitura, optando pela página de Arrecadação da Secretaria da Fazenda, são exibidas algumas informações sobre o setor. A Figura 2 ilustra as informações disponibilizadas pela gestão, as quais servem para informar os contribuintes sobre os principais contatos com o órgão da gestão.

Figura 2 - Página do setor de arrecadação no site da prefeitura

## Departamento de Arrecadação

**Responsável:** Ana Carine de Oliveira.

**Endereço:** Rua Hugolino Andrade - 433 - Centro - CEP 97.574-010

**Telefone para contato:** (55)3968-1017

**E-mail:** pmslarrecadacao@gmail.com

**Horário de Atendimento:** 07:30 às 13:30 hs

**Instagram:**

**Links:**

**Atribuições:** Compete coordenar o atendimento ao contribuinte em todos os assuntos relativos a tributos, cemitério, parcelamento de dívidas, certidões negativas e outras atividades afins. Cobrar do Setor de Cobrança a verificação constante de dívidas a serem apuradas. Controlar o funcionamento do Departamento e setor subordinado, em vista ao cumprimento das obrigações legais previstas.

Fonte: Site oficial da Prefeitura de Santana do Livramento (2024)

A partir do site é possível perceber algumas informações básicas como o endereço, telefone para contato e algumas atribuições do setor de arrecadação, o que está alinhado com os comentários dos gestores do setor. No entanto, nota-se uma ausência de informações adicionais, como links de redes sociais ou detalhes que possam despertar a atenção do contribuinte. Pequenos detalhes podem fazer uma grande diferença impactando de maneira significativa o comportamento humano, o que pode atrair mais a atenção do usuário (Thaler; Sunstein, 2019).

Os gestores mencionam o uso de redes sociais, como Facebook, Instagram e Whatsapp como outros canais de comunicação utilizados, além da rádio, na qual são transmitidas entrevistas no início do ano, divulgando todo calendário tributário. Conforme Setúbal e Suela (2024), a diversidade de canais pode facilitar o acesso do contribuinte às informações necessárias sobre os seus pagamentos, por conta disso é necessário a busca por estratégias que maximizem de forma eficiente essa comunicação.

Quando questionados sobre a eficiência desses canais, foram identificadas divergências entre suas percepções. O gestor 1 considera os meios atuais insuficientes, e ressalta necessitarem de atualizações: “Eu vejo que a gente tá um pouco parado na forma de divulgação... Eu acredito que tem que ter um incremento maior no uso da tecnologia”. Com o avanço da tecnologia, surgem oportunidades para aprimorar os meios digitais disponíveis. Araújo et al. (2023) enfatizam a escassez de recursos em setores públicos, apontando que aumentar a arrecadação demanda esforços governamentais e estratégias eficazes para estimular as contribuições. Por outro lado, a gestora 2 acredita que as divulgações são eficientes, mas observa a falta de interesse dos contribuintes em seguir as páginas de notícias do município: “Nós divulgamos, mas se não seguir a página e escutar a rádio, não tem como a gente chegar até o contribuinte”.

Sendo assim, os resultados reportam os desafios quanto aos canais de comunicação utilizados pelo município para divulgar as informações referentes ao pagamento do IPTU anual. Castro e Marques (2023) discutem sobre o contexto de uma sociedade hiperconectada, onde o fluxo de informação é muito maior, o que acaba dificultando a assimilação e processamento por parte do contribuinte. Por conta disso é necessário recorrer a sistemas simples e acessíveis para otimizar as relações entre fisco e contribuinte, aumentando a eficiência no processo decisório (Castro; Marques, 2023).

Com relação às decisões de divulgação, ambos os gestores mencionam que essas decisões são tomadas diretamente no gabinete da Secretária. Essas decisões visam uma preocupação em arrecadar o alcance de maior número de contribuintes possível. O gestor 1 observa que muitos contribuintes já estão familiarizados com as decisões do calendário

tributário, e por isso, sabem quando precisam realizar os pagamentos. Feitosa e Cruz (2019) apontam que, se as informações não forem devidamente facilitadas, os contribuintes podem adiar seus pagamentos, mesmo cientes de que isso pode resultar em prejuízos futuros. Os autores destacam a importância de atender os contribuintes de forma eficiente, facilitando o esclarecimento de dúvidas e investindo em programas simples, como sites eletrônicos. Por outro lado, a gestora 2 acredita que as páginas das redes sociais têm gerado resultados positivos. Ela menciona que, embora Whatsapp ainda não tenha uma ampla divulgação, recebe um número considerável de mensagens: “Acredito que se divulgarem mais esse número, vão migrar muito mais para a forma digital. Que é a praticidade de não ter que se deslocar até aqui, não ter que vir estacionar, ou ônibus e tudo mais.”

Em relação à categoria que trata sobre a organização do pagamento, analisou-se os prazos, as motivações e o formato para pagamento. Os gestores apresentaram concordância quando citam que a principal e mais eficaz estratégia é oferecer descontos, especialmente no início do ano, para quem pagar à vista o IPTU. Além disso, destacam que o Refis é uma alternativa frequentemente utilizada para regularizar débitos, uma vez que o município enfrenta um alto nível de inadimplência. A gestora 2 destaca que as opções de parcelamento oferecidas pelo Refis são atrativas para os contribuintes inadimplentes por ter a opção de parcelar em até 60 parcelas na maior parte das leis de Refis. O gestor 1 faz menção sobre a falta de divulgação desses benefícios: “Deveria haver uma divulgação maior da necessidade do município, a contribuir com o tributo que é o IPTU, porque ele retorna em benefício pro município”.

Analisando as falas dos gestores, é possível identificar dois tipos de *nudges* aplicados na arrecadação de IPTU. O primeiro é voltado para a inadimplência, com oferta de descontos para pagamento à vista no início do ano, como evidenciado nas divulgações do Grupo A Plateia (2024), que informam a população sobre a disponibilidade do IPTU para pagamento.

Figura 3 - Anúncio Grupo A Plateia sobre IPTU

## **IPTU 2024 já está disponível na Secretaria da Fazenda**

Confira os descontos



DESTAQUES, Geral, Notícias

15/01/2024 4:18 pm



Fonte: Site do Grupo A Plateia (2024)

É notado na figura 3 que as divulgações ocorrem no início do ano, assim como também já são divulgados os benefícios para quem efetuar o pagamento à vista. Da Silva et al. (2019) ressaltam que as divulgações de benefícios são uma estratégia eficaz para motivar o contribuinte, no entanto, se essas informações não forem divulgadas de maneira eficiente, pode resultar em desmotivação e afastamento por parte do contribuinte.

O segundo *nudge* mapeado, está relacionado à inadimplência, representado pelo Refis, que permite a regularização de débitos com melhores condições. Através da Lei 8.118, o Refis

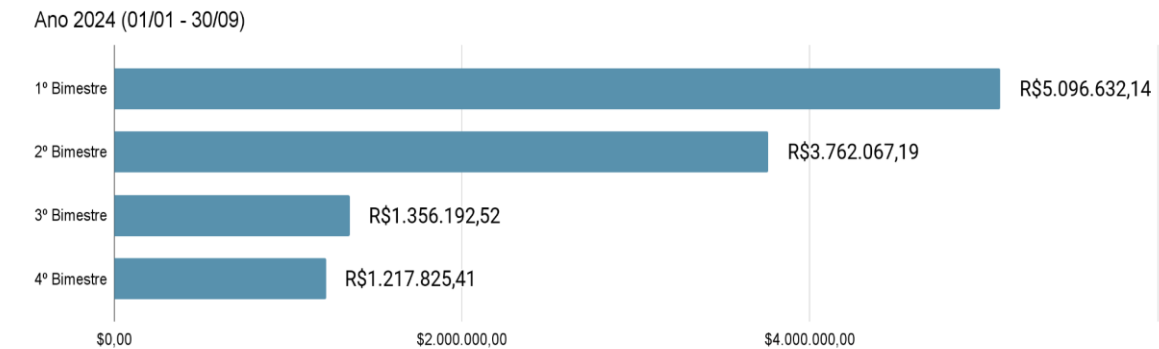
200, implementado em 30 de Julho de 2023, em Santana do Livramento, ofereceu a possibilidade de parcelamento em até 200 parcelas, além de reduções de juros e multas. Embora programas como Refis sejam uma oportunidade para regularizar dívidas e resultar em níveis de arrecadação consideráveis para a superação de déficits, essa recorrência pode acabar incentivando a inadimplência (Schoueri, 2015). Conforme argumentado por Paes (2014) o uso recorrente desses programas podem causar enfraquecimento na boa cultura tributária, incentivando a inadimplência ao criar a expectativa de futuros parcelamentos com valores menores que o concebido para recolhimento no prazo. E por conta disso, o contribuinte é levado ao não cumprimento de suas obrigações. Além disso, altos níveis de inadimplência podem gerar uma injustiça fiscal em relação ao contribuinte que cumpre suas obrigações tributárias (Rosa; Pereira; Penedo, 2023).

Entre as categorias de “Período do ano” e “Formato de pagamento” os gestores comentam sobre as preferências dos contribuintes. Sobre o período do ano eles mencionam que possuem duas épocas do ano que os contribuintes escolhem para pagar o IPTU, sendo essas épocas o começo do ano para quem paga à vista e o final do ano para quem espera o Refis como é destacado nas falas da Gestora 2:

São duas épocas, geralmente começo do ano, janeiro e fevereiro para os que pagam IPTU do ano à vista, com desconto, e geralmente no final do ano, quando temos o Refis, para quem tem que acertar seus débitos de anos anteriores (Gestora 2).

A partir de dados fornecidos pelo TCE (2024) até o período de 30 de setembro de 2024 (período disponibilizado para acesso), é possível analisar quais períodos do ano são mais preferíveis para os contribuintes com base em cada bimestre de arrecadação no município. O Gráfico 1 ilustra os valores arrecadados por cada bimestre, facilitando a visualização e compreensão desses dados.

Gráfico 1 - Valores de Arrecadação do ano de 2024 em Santana do Livramento



Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados fornecidos pelo TCE.

Tendo em vista os dados do TCE (2024) em que são apresentados os valores arrecadados por bimestre, é notável uma concentração de maiores níveis de arrecadação entre o primeiro e segundo bimestre de 2024, diferenciando-se um pouco da fala dos gestores. Após esse período, observa-se uma queda significativa nesses níveis. A preferência por esses períodos pode ser atribuída às estratégias políticas relacionadas à definição dos prazos de pagamento do IPTU com desconto. Em relação aos prazos, o gestor 1 destaca que eles são escolhidos sempre para o início do ano devido aos pagamentos de férias dos servidores do município acontecerem, em maior parte, nesse período, e assim conseguirem suprir as deficiências de caixa.

Em relação a escolha do formato de pagamento, os gestores destacam que o formato

digital tem ganhado preferência, principalmente por conta da implementação do Whatsapp no setor, embora os contribuintes mais velhos, que não possuem familiaridade com essa tecnologia, ainda prefiram o formato físico:

É tudo da cultura. Esse pessoal mais jovem consegue captar bem mais rápido do que os mais antigos. O pessoal idoso não tem muita facilidade. Eles preferem a parte física. Imprimir o papel e ir na lotérica... (Gestor 1).

Os resultados encontrados corroboram com a literatura prévia. Ewerling, Koenig e Da Silva (2024) refletem sobre o aumento do uso de tecnologias após a pandemia, destacando os benefícios que essas ferramentas trouxeram. Contudo, também apontam os desafios enfrentados pelos idosos, que muitas vezes não possuem as habilidades necessárias para navegar no ambiente digital. Embora haja resistência por parte de uma parcela da população em adotar novas tecnologias, é evidente que essas ferramentas têm um grande potencial para facilitar a vida dos contribuintes. Nesse sentido, a aplicação de *nudges* pode ser eficaz, ajudando os usuários a tomar decisões em meio a um excesso de informações, promovendo escolhas mais rápidas e eficientes (Mirsch; Lehrer; Jung, 2017).

Após mapear os *nudges* utilizados pela Prefeitura de Santana do Livramento, na próxima subseção será tratada sobre as percepções dos contribuintes em relação aos meios utilizados para motivar suas contribuições de IPTU.

4.2.2 Mapeamento dos *Nudges* - Contribuintes

A análise das categorias abordadas nesta subseção tem como finalidade avaliar as respostas dos contribuintes em relação aos incentivos utilizados pela Prefeitura Municipal para o pagamento do IPTU. Realizou-se o mesmo procedimento, em que a partir das categorias, elaborou-se os conceitos norteadores para identificar a percepção com relação aos *nudges*. A Tabela 4 demonstra os resultados.

Tabela 4 – Categorias identificadas nos resultados das entrevistas dos contribuintes

| Categorias                 |
|----------------------------|
| Estratégias de comunicação |
| Busca por informações      |
| Período de pagamento       |
| Motivações para pagamento  |
| Formato de pagamento       |

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Os resultados reportaram categorias relacionadas a comunicação com a gestão e a organização do pagamento pelo contribuinte. Em relação à primeira categoria, denominada “Estratégias de comunicação” buscou-se identificar quais estratégias de comunicação são percebidas por esses contribuintes. Uma boa parcela dos entrevistados menciona como principais meios percebidos, o site da Prefeitura, os anúncios nas redes sociais e em rádios como é mencionado pelo Contribuinte 1: “É mais pela rádio mesmo, que a gente fica escutando e pelo face da prefeitura que eles lançam ali quando vai sair a emissão do boletim”.

No entanto, os contribuintes destacaram a carência de algumas informações específicas sobre o IPTU. Um deles destacou a falta de informações disponíveis sobre o IPTU,

indicando a necessidade de maiores divulgações durante o ano. Outro contribuinte reportou que obteve informações sobre IPTU por intermédio de outras pessoas, o que evidencia a dependência de outras fontes de informação. Feitosa e Cruz (2019) discutem a importância de aprimorar a forma como a gestão tributária se relaciona com o contribuinte, preservando seu comportamento colaborativo de pagamento. Assim, torna-se necessário aprimorar os canais de comunicação oferecidos pela Prefeitura, garantindo que todos os contribuintes tenham acesso fácil e claro às informações relacionadas ao IPTU.

Ao analisar as redes sociais disponibilizadas pela Prefeitura Municipal, onde são postados comunicados, foi realizada uma busca por anúncios relacionados a pagamentos de IPTU. Foi encontrado um anúncio de 17 de Janeiro de 2024 que pode ser observado na figura 4.

Figura 4 - Anúncio sobre IPTU nas redes sociais



Fonte: Instagram da Prefeitura Municipal (2024)

As informações apresentadas no anúncio, visam comunicar a disponibilidade do IPTU e seus referentes descontos para pagamento à vista, o que remete ao que foi identificado nas falas dos contribuintes. Além dessas informações, é disponibilizado também, o e-mail para contato, proporcionando uma alternativa para suporte para eventuais dúvidas. No entanto, observa-se que os anúncios sobre IPTU são publicados apenas no início do ano, limitando-se ao primeiro mês, sem continuidade ao longo do ano. A implementação de ações complementares de comunicação são fundamentais para conscientizar um maior número de contribuintes, garantindo que as informações cheguem de forma mais eficaz e acessível durante todo o ano. Essas ações são essenciais para fortalecer o relacionamento entre gestão tributária e os contribuintes (Setúbal; Suela, 2024).

Na categoria abordada referente a “Busca por informações”, observou-se uma variação nas respostas, com menções a redes sociais, rádios e ao próprio site da prefeitura. Como é destacado nas falas do Contribuinte 1 “A gente é muito da Rádio Cultura, então a gente tá sempre escutando... Ou vê também pelo site da prefeitura que geralmente eles lançam alguma coisa” e também é reforçado pelo Contribuinte 2 “É através das rádios e também pelos canais digitais da prefeitura”. Dos 10 contribuintes entrevistados, 6 mencionam o atendimento presencial na Secretaria da Fazenda como o principal meio de buscar informações, que é destacado nas falas do Contribuinte 10: “É quando eu vou lá pagar que me informo, as moças das mesas me explicam” e corroborado pelo Contribuinte 9: “Eu vou pessoalmente na Fazenda

buscar as informações necessárias”.

Esse dado reforça a necessidade de maior aproximação entre a administração tributária e o contribuinte por meio de canais de comunicação ou mensagens informativas, visto que essas intervenções podem aumentar a percepção de transparência fiscal, permitindo que o contribuinte reconheça o comprometimento da gestão com suas demandas (Tanaka et al., 2023). Rocha (2018) complementa, ressaltando que uma gestão que se dispõe a orientar e informar os contribuintes acerca do cumprimento de suas obrigações fiscais, é uma gestão que está gerando confiança.

Seguindo para a próxima categoria de “Período de pagamento” buscou-se identificar quais as épocas do ano mais favoráveis para esses contribuintes efetuarem seus pagamentos de IPTU. É identificado que a maior parte dos contribuintes entrevistados possuem uma rotina de pagamento nos primeiros meses do ano, logo após a divulgação da disponibilidade do IPTU para pagamento, como é citado pelo Contribuinte 3: “Eu costumo pagar no primeiro, ou no segundo mês porque é mais fácil, depois fica o resto do ano já livre disso”. Essa menção reflete uma gestão financeira eficiente por parte desses contribuintes. Esse comportamento sugere que as estratégias de desconto implementadas nesse período têm sido eficazes, resultando em uma valorização na quitação de contas de forma antecipada.

As razões apontadas para a escolha desse momento variam entre fatores financeiros, a conveniência de resolver pendências antecipadas, e os benefícios ofertados nesse período. O Contribuinte 9 expressa a sua preocupação em manter-se adimplente, afirmando: “É para não ficar sem prazo ou perder o prazo, aí fica melhor pagar em uma vez só”. Da mesma forma, o Contribuinte 2 comenta sobre a forma utilizada para se organizar: “É que eu gosto de ver todas as despesas que eu tenho para o ano inteiro. Então eu gosto de bem cedo já ir resolvendo”. Assim nota-se que os contribuintes que já possuem uma prática recorrente de adimplência já buscam pelos benefícios de se colocarem em dia, por essa ser uma opção eficiente e que auxilie na gestão de seus tributos (Da Silva et al., 2019).

Com relação às “Motivações para pagamento” tratou-se de identificar o que leva o contribuinte a efetuar os pagamentos de IPTU, demonstrando uma diversidade de respostas. Uma parte dos entrevistados acredita que o que pode motivar os pagamentos é uma maior divulgação sobre o IPTU, o que é refletido pelo contribuinte 6: “Divulgar com mais frequência no site e nas redes sociais principalmente”. Outros já acreditam que as melhorias na cidade são o que mais motivam as suas contribuições:

Eu gostaria de ver as ruas mais arrumadas... Desse uma olhada mais cautelosa para as ruas para ver o que está precisando. No inverno é muito barro, no verão é muita poeira, a gente paga o imposto para ter um retorno (Contribuinte 3).

Feitosa e Cruz (2019) ressaltam sobre fatores que podem levar o contribuinte a não querer contribuir com suas obrigações fiscais, entre esses fatores os autores destacam a precariedade dos serviços públicos ofertados aos cidadãos. É visto que uma má gestão dos recursos públicos pode contribuir para a aceitação coletiva de sonegação fiscal (Feitosa; Cruz, 2019). Além disso, é possível fazer menção a outros fatores encontrados nas respostas dos contribuintes. Um deles acredita que as pessoas já sabem que devem pagar o IPTU, pois de alguma forma essas informações acabam chegando até as pessoas:

Todo mundo sabe que tem que pagar, né? Mas às vezes as pessoas acabam não pagando. Não sei porque... Eu conheci uma pessoa que nunca pagou, só que hoje em dia corre risco de pegarem a casa... Então eu acho que todo mundo sabe que tem que pagar... De um jeito ou de outro chega na casa das pessoas [...] (Contribuinte 1).

A falta de pagamento mencionada no comentário acima pode estar associada à desmotivação atrelada à falta de informações sobre as consequências do não pagamento das

contribuições. Esse aspecto pode ser destacado na fala do Contribuinte 7: “É o pessoal ter consciência do que pode acontecer se não pagarem. Porque eu acho que as pessoas não sabem o que acontece...”.

Entre os fatores que levam o contribuinte a sua inadimplência, Feitosa e Cruz (2019) citam a falta de conhecimento prévio do contribuinte sobre a sua situação fiscal e a forma de poder se regularizar. Os autores destacam que uma maneira eficiente de lidar com esse problema é alertar previamente o contribuinte sobre sua situação, e quais as consequências da possível inadimplência, assim sendo feito uma prevenção antes de adotar providências mais rigorosas.

No que se refere à categoria “Formato de pagamento”, constatou-se que, dos dez contribuintes entrevistados, apenas dois perceberam o formato digital como uma forma facilitadora de pagamento. Essa percepção é exemplificada nas falas do Contribuinte 8: “Para mim é muito mais fácil e mais prático pagar digital”. Com isso, oito dos contribuintes ainda preferem o pagamento físico, valorizando a sensação de ter o documento pago em mãos. A adoção ao formato digital, por outro lado, ainda é limitada, refletindo uma certa resistência à utilização de novos meios. Essa resistência é descrita nas falas do Contribuinte 3: “O digital é mais prático, mas eu prefiro ter o papel em mão para mim guardar [...]”. Da mesma forma, essa preferência é reforçada pelo Contribuinte 2: “Eu prefiro físico que assim eu tenho um melhor controle sobre as minhas despesas”.

Essas falas indicam que essa preferência pelo pagamento físico está frequentemente associada a sensação de controle e confiança proporcionada pela posse do documento. Através disso pode ser reforçada a ideia de que a mudança para o formato digital pode depender também da construção de confiança com o novo sistema. Marques et al. (2014) destaca que essa resistência geralmente recorre da falta de compreensão dos benefícios proporcionados pelos novos processos, além de incertezas sobre as vantagens de adotar um formato novo. Feitosa e Costa (2016) destacam que uma maior divulgação de informações sobre esses novos formatos pode facilitar a integração dos contribuintes a essas alternativas digitais. Após mapear e caracterizar os *nudges* utilizados pela gestão e por contribuintes, buscou-se evidenciar a percepção da gestão pública municipal e dos contribuintes sobre o uso desses *nudges* no processo de arrecadação. Os resultados estão na próxima seção, triangulando as falas da gestão e dos contribuintes.

4.3 Percepção sobre o uso de *nudges* na arrecadação do IPTU

Nessa seção têm-se as percepções da gestão e contribuintes acerca dos *nudges* identificados na secretaria da fazenda, além de demonstrar os efeitos desses fatores no processo de pagamento. Com base nisso, foram elaboradas categorias relacionadas às respostas dos contribuintes e da gestão. Os resultados estão na Tabela 5.

Tabela 5- Categorias identificadas a partir dos resultados das entrevistas com gestão e contribuintes

| Categorias                    |
|-------------------------------|
| Processo de divulgação        |
| Percepção dos carnês          |
| Percepção dos descontos/Refis |
| Preocupações geradas          |

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Conforme a tabela apresentada, foram identificadas quatro categorias e, posteriormente, elaborou-se os conceitos norteadores de cada uma. A primeira categoria abordou percepções da gestão e dos contribuintes sobre os meios de comunicação utilizados pela Prefeitura municipal. Os gestores relataram que o formato de comunicação mais efetivo tem sido o uso das redes sociais e o Whatsapp do setor. O gestor 1 menciona que estão sendo implementadas medidas para ampliar esses canais, e o setor já conta com um telefone próprio para contato, indicando um avanço nesse aspecto. Isso pode se relacionar com falas de contribuintes, onde sugerem melhorias nesses aspectos, como a inclusão de notificação em recibos de outros impostos, como é observado na fala do Contribuinte 3:

De repente até botar na conta de água, de luz, alguma coisa já incluída, uma notificaçãozinha. Que isso é todos os meses que a gente recebe, então tu já vai ficando com aquilo atualizando (Contribuinte 3).

Além disso, os contribuintes sugerem uma divulgação contínua e clara do tributo ao longo do ano, incluindo informações sobre as consequências do não pagamento. Atrelado a isso, o gestor 1 destaca a importância de uma preocupação maior em torno do IPTU, afirmando que: “É o maior enfrentamento dos gestores, eles tinham que ter mais preocupação com o tributo.” Varella e Filho (2018) discutem que os agentes públicos devem ampliar suas preocupações, indo além da criação de normas e leis, focando em estímulos comportamentais para auxiliar os contribuintes. Feitosa e Cruz (2019) também abordam a necessidade de aprimorar a relação entre a gestão e o contribuinte, priorizando a acessibilidade, transparência e o diálogo. É mencionado pela Gestora 2 que atualmente já estão sendo utilizadas outras formas para levar as informações para os contribuintes, ela cita que são utilizadas notificações enviadas por cartas, entregues em domicílio, para lembrar os contribuintes sobre suas pendências:

Essas notificações são entregues em residência. Nós temos os colegas que vão à tarde, fazem essa função de ir casa em casa, levar a notificação avisando “olha, tem parcelas a pagar, não deixe atrasar, evite problemas futuros” (Gestora 2).

Setúbal e Suela (2024) discorrem sobre como as estratégias de notificação por cartas estão sendo aprimoradas para alertar os devedores, buscando informar e lembrar os contribuintes sobre suas obrigações fiscais. A Gestora 2 também menciona que essas cartas são enviadas mesmo se a pessoa só possuir parcelas do IPTU do ano pendente, pois após o meio do ano elas esquecem que precisam seguir com o pagamento. Feitosa e Cruz (2019) apontam que essa medida facilita o acesso de quem desconhece as consequências de seus débitos ou de como resolvê-las. Na figura 5, apresenta-se o modelo de carta enviado pela Secretaria da Fazenda aos contribuintes.

Figura 5 - Carta de notificação de débitos

ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL  
MUNICÍPIO DE SANTANA DO LIVRAMENTO  
SECRETARIA DA FAZENDA/FINANCAS

NOTIFICAÇÃO de débito nº 129598

DADOS DO IMÓVEL:

Matrícula: Tipo de imóvel: Territorial  
Endereço: - Complemento: MIGRACAO - Bairro: CENTRO  
Ref.Anterior: 320004030000

IDENTIFICAÇÃO DO CONTRIBUINTE

CGM: - Nome:  
CNPJ/CPF: RG: Insc. Est.: Bairro:CENTRO  
Endereço: Cidade: SANTANA DO LIVRAMENTO /RS CEP:

Por intermédio desta, fica, Vossa Senhoria, notificada dos débitos pendentes de pagamento, conforme demonstrado abaixo.  
Outrossim, comunicamos que o não pagamento dos tributos municipais podem acarretar PROTESTO em cartório ou COBRANÇA JUDICIAL.

| ANO  | TIPO DE DEBITO | VLR CORRIGIDO | JUROS | MULTA | DESCONTO | VLR TOTAL |
|------|----------------|---------------|-------|-------|----------|-----------|
| 2021 | DIVIDA ATIVA   | 147,44        | 56,76 | 14,76 | 0,00     | 218,96    |
| 2024 | IPTU 2024      | 173,07        | 2,89  | 5,77  | 0,00     | 181,73    |
|      |                | 320,51        | 59,65 | 20,53 | 0,00     | 400,69    |

PARC

SANTANA DO LIVRAMENTO, 19 de agosto de 2024.

Sec. Fazenda Municipal

Fonte: Disponibilizada pela Secretaria da Fazenda Municipal (2024)

Essa notificação inclui informações básicas, como o valor dos débitos e pendências do IPTU do ano, mas possui um espaço vazio que poderia ser utilizado para inserir informações adicionais, Thaler e Sunstein (2019) ressaltam que ao receberem informações sobre um alto nível do cumprimento da lei, os indivíduos tendem a se tornarem menos propensos a burlá-las. Da mesma forma, Mauro, Castagna e Cabral (2023) destacam a importância de lembrar os contribuintes sobre as funções e benefícios que estão atrelados ao pagamento do imposto. Estratégias de cobrança, como o envio de castas, têm sido exploradas em diversas pesquisas. Por exemplo, Chirico et al. (2017) testaram estratégias de lembretes para contribuintes inadimplentes e constataram que as cartas que destacavam possíveis sanções foram as mais eficazes em aumentar os pagamentos. Da mesma forma, Castro e Marques (2023) observaram que o envio de cartas que mencionavam as consequências do não pagamento contribuíram significativamente para a redução das dívidas tributárias.

Uma maneira eficaz de facilitar o acesso dos contribuintes às suas pendências fiscais é através da organização, destaque e apresentação das informações. (Mauro; Castagna; Cabral, 2023). Os autores analisam como essas abordagens podem influenciar a compreensão e a resposta dos contribuintes. Kahneman (2012) sugere medidas para melhorar a compreensão, como aumentar o tamanho das letras, já que muitos indivíduos tendem a não ler todas as informações disponíveis.

No contexto dos carnês de IPTU, os gestores reconhecem que as informações, embora suficientes para quem está familiarizado com o órgão, podem causar confusão aos contribuintes. O Gestor 1 observa: “Para nós as informações que constam ali seriam suficientes, porque a gente tá dentro do órgão, então a gente sabe o que tá ali, para o contribuinte é mais

complicado”. A Gestora 2 complementa: “O pessoal acha que tá pagando o endereço errado, tá pagando o endereço que não é dele... Mas essa é a maior dificuldade do pessoal...”

Atrelado a isso os contribuintes também expressam que as informações nos carnês poderiam ser mais claras, como destaca o Contribuinte 7: “Seria melhor que dessem uma descrição um pouquinho melhor... As vezes a gente pegou o carnê e voltou lá para ver se era realmente aquilo e porque tava cobrando aquilo”. Diante disso, Mauro, Castagna e Cabral (2023) ressaltam a importância de uma comunicação clara e simplificada, permitindo que os contribuintes compreendam os riscos e custos da inadimplência. Isso ajuda a prevenir confusões desnecessárias e facilita o cumprimento das obrigações fiscais.

Na categoria “impacto de incentivos no processo de pagamento”, foram debatidas percepções sobre o Refis e os descontos para pagamento à vista. A Gestora 2 observa que grande parte da população não tem condições de pagar parcelas elevadas, ressaltando que há uma crescente busca pelo Refis, pois este oferece prazos e parcelas mais acessíveis para a regularização dos débitos. O gestor 1 acrescenta:

No início do ano, o incentivo é para pagamento de uma vez só, tu te livra do imposto. Depois se tiver muito tempo inadimplente, se oferecem outras leis que são chamados Refis, que tem isento de juros e multas, ou oferecem um parcelamento em muitas parcelas que facilita o pagamento (Gestor 1).

Os contribuintes entrevistados consideram esses benefícios como um bom incentivo, porém é encontrado discordâncias em algumas menções. O Contribuinte 8, por exemplo, vê o Refis como uma oportunidade benéfica, afirmando: “O Refis, que é a redução de juros e multa, facilita a população, porque às vezes não é falta de interesse de pagar, as vezes é a falta de condição de pagar.” O Contribuinte 3, no entanto, aponta a ineficiência de alguns refinanciamentos: “Tem que ser bem pensado, porque tem gente que faz o Refis, perde um dia fazendo, pagam uma parcela, ou duas e depois não pagam mais”. Na literatura, também há divergências em relação ao Refis. Paes (2014) argumenta que esses parcelamentos podem enfraquecer a boa cultura tributária, pois o contribuinte pode entender que, ao não pagar, terá melhores condições no futuro. Concordando com o contribuinte 3, Alexandria (2019) sugere que a prática recorrente de parcelamentos pode incentivar o contribuinte a adotar uma inadimplência recorrente, sabendo que novos programas poderão beneficiá-los. Em contrapartida, autores como Setúbal e Suela (2024) e Feitosa e Cruz (2019) defendem o parcelamento de débitos como uma estratégia eficiente que deve ser facilitada, pois ele permite que o contribuinte confesse sua dívida e regularize sua adimplência (Feitosa; Cruz, 2019).

Por fim, foram analisadas as preocupações sobre o pagamento de IPTU e a inadimplência. A gestão demonstra certa preocupação com as dívidas do tributo. A Gestora 2 afirma: “Caso o pessoal todo colocasse em dia, nós seríamos a cidade dos sonhos, teríamos como fazer muita coisa na cidade.” Ela também reforça os esforços da gestão em alertar os contribuintes sobre as consequências da inadimplência e para evitar que suas pendências cheguem ao nível judicial, o que poderia gerar problemas futuros. O Gestor 1 comenta que apenas 50% dos valores são pagos em dia, entre pagamentos à vista e parcelamentos, enquanto a outra metade segue para a cobrança de dívida, demonstrando a preocupação da gestão em aprimorar medidas que aumentem os níveis de arrecadação.

Entre os contribuintes entrevistados, a maioria está acostumada a pagar o IPTU e não demonstra grande preocupação com o pagamento, mas alguns mencionam que esperam receber um retorno mais visível de seus pagamentos e que os valores arrecadados sejam bem aplicados na cidade como é citado pelo Contribuinte 3 “Minhas preocupações são que esse dinheiro seja empregado de maneira certa. É só isso a minha preocupação”. Os estudos de Rocha (2018) ressaltam que a prioridade da gestão tributária deve ser a humanização do contribuinte e o aumento da transparência nas atividades financeiras. Com essa abordagem, espera-se que a

percepção dos contribuintes em relação ao Fisco também melhora, levando assim a uma maior colaboração por parte da população. Na próxima seção, tem-se as considerações finais do trabalho.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises deste estudo buscaram avaliar o uso dos *nudges* comportamentais no contexto do IPTU em Santana do Livramento, com base nos objetivos específicos traçados. A pesquisa evidenciou como os contribuintes percebem essas estratégias, além dos desafios enfrentados pela gestão para comunicar e implementar tais incentivos.

O primeiro objetivo específico visava mapear os *nudges* utilizados pela Prefeitura de Santana do Livramento. Os resultados identificaram as redes sociais, o site da prefeitura e as rádios como principais canais de comunicação. Além disso, destacaram-se o uso de descontos para pagamento à vista, que incentivam a inadimplência, e o Programa de Recuperação Fiscal (REFIS), o qual parece estar associado ao aumento da inadimplência. Embora os descontos tenham mostrado eficácia em motivar os contribuintes a manterem-se adimplentes, a falta de divulgação contínua ao longo do ano pode demonstrar uma queda nos níveis de arrecadação. Observou-se também que a comunicação da prefeitura apresenta lacunas, sendo necessário um maior detalhamento das informações transmitidas. Esses resultados destacam a importância de um planejamento que inclua comunicação constante e clara para otimizar o uso dos *nudges* na arrecadação.

O segundo objetivo procurava identificar os *nudges* mais eficazes entre os contribuintes adimplentes. A partir das entrevistas, concluiu-se que muitos contribuintes ainda preferem o pagamento físico ao digital, o que demonstra uma resistência a esse novo formato, especialmente entre os mais idosos. Ademais, é priorizado o atendimento presencial, o que ressalta a necessidade de explorar melhor os meios digitais da prefeitura, como o uso do WhatsApp, que é pouco divulgado. Esses contribuintes demonstram uma gestão financeira organizada, com o pagamento de tributos planejado para os primeiros meses do ano. Além disso, é reportado uma falta de informações disponibilizadas sobre o IPTU, levando muitos a buscar informações de maneira informal, através de terceiros. Essa situação destaca a importância de expandir e diversificar os meios de comunicação utilizados pela prefeitura para evitar incertezas e melhorar o acesso às informações.

Por fim, o terceiro objetivo focou na percepção dos gestores e dos contribuintes sobre o uso de *nudges* no processo de arrecadação de IPTU. A gestão considera a comunicação por redes sociais e o envio de cartas como meios eficazes para informar os contribuintes sobre suas obrigações tributárias. As cartas enviadas, em especial, foram destacadas como uma intervenção importante pois atuam como lembretes e incentivam o cumprimento fiscal, bem como sugere a literatura. No entanto, a percepção dos contribuintes indica que a clareza e o detalhamento das informações repassadas poderiam ser aprimorados. Assim, percebe-se a necessidade de aperfeiçoar as estratégias de comunicação, um desafio que a gestão reconhece como fundamental para a melhoria da arrecadação. Além disso, observou-se uma percepção divergente sobre o Refis. Alguns contribuintes veem o programa como uma oportunidade para a regularização, porém, ele também é percebido como um estímulo à inadimplência, uma vez que cria a expectativa de futuras negociações em condições mais favoráveis. Essas divergências reforçam a importância de uma abordagem equilibrada entre os incentivos para pagamento pontual e as alternativas de regularização de débitos.

Este estudo identificou como limitação o curto período de tempo disponível para a pesquisa, o que impediu uma análise mais aprofundada sobre os efeitos dos *nudges* ao longo de um período mais extenso. Uma análise de longo prazo se torna importante para avaliar a consistência e a sustentabilidade dos resultados, além de permitir uma maior compreensão

sobre como os nudges podem influenciar o comportamento dos contribuintes ao longo do tempo. Assim, surgem oportunidades para pesquisas futuras, incluindo a avaliação dos efeitos desses nudges em diferentes contextos fiscais e em prazos mais prolongados.

Para aprimorar a arrecadação, recomenda-se que a gestão tributária invista em divulgação contínua ao longo do ano, reforçando informações sobre os benefícios do pagamento em dia, as consequências da inadimplência e os meios de comunicação disponíveis para sanar essas dúvidas. A análise também sugere que a implementação de *nudges* digitais, adaptados às necessidades dos contribuintes, pode melhorar a arrecadação e fortalecer a relação entre fisco e contribuinte.

## REFERÊNCIAS

ALEXANDRIA, Edilene Vieira de. **Efeito da prática recorrente de parcelamentos tributários sobre o comportamento dos contribuintes: um estudo de caso para o estado do Ceará durante o período 2013/2018**. 2019. Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade - FEAAC, Programa de Economia Profissional - PEP, Universidade Federal do Ceará - UFC, Fortaleza (CE), 2019.

ARAÚJO, Érica Marcia Rabelo Silva; et al. **Nudge como incremento da arrecadação fiscal do IPTU**. Simetria - Revista do Tribunal de Contas do Município de São Paulo | Ano VIII - No 11 - 2023.

BENARTZI, Shlomo; et al. **Should Governments Invest More in Nudging?** *Psychological Science*. 2017, Vol. 28(8), 1041–1055.

CASTILHO, Rodrigo Barbosa de. **Traços de personalidade preditores da percepção de futuro da aposentadoria e o uso de nudges para a atualização da contribuição de planos de aposentadoria**. Brasília, DF, 2020.

CASTRO, Maíra Lopes De; MARQUES, Amanda Ferreira. **O fisco influencer: Uma análise da relação fisco-contribuinte à luz da economia comportamental**. Revista tributária e de finanças públicas, 2023.

CHIRICO, Michael; et al. **Detering Property Tax Delinquency in Philadelphia: An Experimental Evaluation of Nudge Strategies**. NBER Working Paper No. 23243. Março/2017.

Código Tributário Nacional. **Lei nº 5. 172, de 25 de Outubro de 1966**. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/15172compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/15172compilado.htm).

**Constituição da República Federativa de 1988**. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm).

CREPALDI, Silvio. **Planejamento tributário: teoria e prática** - 4 ed São Paulo: Saraiva Educação, 2021. p. 35-45.

DA SILVA, Roberta Cristina; et al. **A divulgação dos benefícios fiscais e a informação sobre possíveis economias tributárias**. Revista Eniac Pesquisa, v. 8, n. 1, p. 59-84, 2019.

EWERLING, Bruna; KOENIG, Ana Paula; DA SILVA, Rogerio. **Impactos tecnológicos**

**na vida contemporânea: a hipervulnerabilidade dos idosos no ciberespaço.** Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo, [S. l.], v. 10, n. 1, 2024.

FEITOSA, Gustavo Raposo Pereira; CRUZ, Antonia Camilly Gomes. **Nudges fiscais: a economia comportamental e o aprimoramento da cobrança da dívida ativa.** Pensar, Revista de ciências jurídicas. Fortaleza, v. 24, n. 4, p. 1-16, out./dez. 2019.

FEITOSA, Livia Vanessa dos Santos; COSTA, Carlos Eugênio Silva da. **Inovações no setor público: A resistência à mudança e o impacto causado no comportamento do indivíduo.** Anais do V SINGEP. São Paulo, 2016.

FILHO, Antonio Claret Campos; PAIVA, Luis Henrique. **Insights comportamentais e políticas de superação da pobreza.** IPCIP, Agosto, 2017.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa.** - 1º ed - Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antônio Carlos- **Como elaborar projetos de pesquisa** - 4. ed. - São Paulo : Atlas, 2002.

GRUPO A PLATEIA. **A prefeitura abrirá refis e iptu terá desconto de 20 até dia 29/02.** 2024. Disponível em: <https://www.aplateia.com.br/2024/02/24/prefeitura-abrira-refis-e-iptu-tera-desconto-de-20-ate-dia-29-02/>

GRUPO A PLATEIA. **IPTU 2024 já está disponível na Secretaria da Fazenda.** 2024. Disponível em: <https://www.aplateia.com.br/2024/01/15/iptu-2024-ja-esta-disponivel-na-secretaria-da-fazenda/>

GUIMARÃES, Edvaldo Dos Santos Mendez. **Eficácia do Refis na remuneração da dívida ativa no município de Fortaleza.** Fortaleza, 2020.

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e devagar: duas formas de pensar.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

**Lei Municipal nº 8.118, de 06 de Julho de 2023.** Diário Oficial do Município, Santana do Livramento, RS, 20 DE Julho de 2023. Disponível em: <https://www.diariomunicipal.com.br/famurs/legislacao#>

MARINS, James. **Defesa e vulnerabilidade do contribuinte.** São Paulo: Dialética, 2009, p 11-58

MARQUES, Antônio Luiz; et al. **Relações entre resistência à mudança e comprometimento organizacional em servidores públicos de Minas Gerais.** Revista de Administração Contemporânea, v. 18, p. 161-175, 2014.

MAURO, Carlos; CASTAGNA, Ricardo; CABRAL, Gabriel. **Como aumentar a arrecadação sem aumentar impostos?** 2023. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/como-aumentar-a-arrecadacao-sem-aumentarimpostos-20032020>

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O Desafio do Conhecimento — Pesquisa Qualitativa em Saúde**. 10º ed - Editora Hucitec - São Paulo, 1992.

MIRSCH, T.; LEHRER, C.; JUNG, R. **Digital Nudging: Altering User Behavior in Digital Environments**. 14 fev. 2017.

PAES, Nelson Leitão. **Os Efeitos dos Parcelamentos sobre a Arrecadação Tributária**. Estud. Econ., São Paulo, vol. 44, n.2, p. 323-350, abr.-jun. 2014.

ROCHA, Sergio André. **Reconstruindo a confiança na relação fisco-contribuinte**. Revista Direito Tributário Atual, n.39, 2018, p. 507-527.

ROSA, Bruno Bartasson Ferreira; PEREIRA, Vinícius Silva; PENEDO, Antônio Sergio Torres. **Dívida ativa de IPTU do Município de Uberlândia/MG: a região de residência influencia a inadimplência?** REUNIR Revista de Administração Contabilidade e Sustentabilidade, [S. l.], v. 13, n. 1, p. 95-111, 2023.

SÁ; et al. **Um modelo de otimização para alíquotas do IPTU socialmente mais justas**. Rev. Adm. Pública. Rio de Janeiro 47(1):105-132, jan./fev. 2013.

SANTORO, Fabrizio; MASCAGNI, Giulia. **Visual nudges: How deterrence and equity shape tax attitudes and behaviour in Rwanda**. Journal of Behavioral and Experimental Economics, 2023.

SCHÄCHTELE, Simeon.; EGUINO, Huáscar.; ROMAN, Soraya. **Improving taxpayer registration through nudging? Field experimental evidence from Brazil**. World Development, [s.l.], v. 154, p. 105887, mar. 2022.

SCHOUERI, Luís Eduardo. **O Refis e a desjudicialização do planejamento tributário**. Revista Dialética de Direito Tributário n. 232. São Paulo: Dialética, janeiro de 2015.

SETÚBAL, Hércules Cedro; SUELA, Attawan Guerino Locatel. **Arrecadação tributária de Colatina- ES: A eficácia da notificação de dívida ativa no recolhimento do IPTU**. Revista Eletrônica Multidisciplinar de Investigação Científica, Vol. 3. Nº. 14. 2024. p.1-15.

SILVA, Andressa Hennig; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan . **“Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos”**. Qualitas revista eletrônica 16 (1), 1-14, 2015.

**Site Oficial da Prefeitura de Sant'Ana do Livramento**. Secretarias – Secretaria da fazenda. 2024. Disponível em: <https://www.sdolivramento.com.br/secretarias/&id=54>

TANAKA, Eduardo; et al. **Proposição para o uso de nudges (lembrete) nas comunicações entre a Receita Federal-eSocial-e os contribuintes**. 2023.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. **Nudge: Como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade**. 1 ed. Volume 1. Rio de Janeiro: Objetiva, 2019.

**TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL (TCE),**  
controle social – consulta receitas. 2024.

Disponível em: <http://www1.tce.rs.gov.br/portal/page/portal/tcers/consultas>

VARELLA, Marcelo; FILHO, Marcilio Ferreira. **Políticas públicas consensuais e o estímulo à negociação pelo agente público.** A&C – Revista de Direito Administrativo & Constitucional, Belo Horizonte, ano 18, n. 74, p. 147-173, out./dez. 2018.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos I.** Trad. Daniel Grassi- 2.ed.- Porto Alegre: Bookman, 2001.

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim.** Tradução: Daniel Bueno ; revisão técnica: Dirceu da Silva. – Porto Alegre : Penso, 2016.

## **APÊNDICE A – Entrevista semiestruturada com contribuintes**

### Identificação do contribuinte

- 1) Idade
- 2) Gênero
- 3) Escolaridade
- 4) Ocupação
- 5) Imóvel próprio ou alugado

1. Em qual período do ano você costuma pagar o IPTU? Há algo que influencia essa escolha?
2. Você prefere pagar o IPTU à vista ou parcelado? O que motiva sua escolha?
3. Quais fatores influenciam sua decisão sobre o método de pagamento do IPTU (à vista ou parcelado)?
4. Qual o formato que você utiliza para pagar o IPTU (digital ou físico)? E como isso afeta a forma de se organizar para efetuar o pagamento?
5. Como você costuma se informar sobre descontos e prazos para o pagamento do IPTU?
6. Quais estratégias de comunicação ou incentivos da Prefeitura chamam mais a sua atenção para o pagamento do IPTU (como cartas, descontos, anúncios, redes sociais)?
7. Dentre as estratégias de comunicação da Prefeitura, qual você considera mais eficaz para incentivá-lo a pagar o IPTU e por quê?
8. O que mais poderia ser feito pela Prefeitura para aumentar sua motivação em pagar o IPTU no prazo?
9. Na sua opinião, como a divulgação de informações sobre o IPTU poderia ser aprimorada?
10. Como você percebe os programas de descontos e REFIS oferecidos pela Prefeitura? Eles afetam sua decisão de pagar o IPTU?
11. Pensando no carnê/recibo para pagamento de IPTU, quais são as primeiras informações que costuma ler? Porquê?
12. Você acha que essas informações são apresentadas de forma clara? Houve algum detalhe que pareceu confuso ou que poderia ser melhorado?
13. Quais as preocupações que são geradas ao pagar o IPTU?

## **APÊNDICE B – Entrevista semiestruturada com gestores do setor de arrecadação**

### Identificação do gestor

- 1) Idade
- 2) Gênero
- 3) Escolaridade
- 4) Tempo de atuação no setor de arrecadação e sua função.

1. Qual período do ano é o mais escolhido pelos contribuintes para o pagamento do IPTU? O que pode influenciar essa escolha?
2. Os contribuintes vêm preferindo efetuar o pagamento de forma digital ou física? O formato digital oferece as mesmas vantagens que o formato físico para incentivar o pagamento?
3. Como é decidido o formato de divulgação das informações sobre o pagamento do IPTU pela Prefeitura? Quais fatores são considerados?
4. Quais canais de comunicação são usados para informar os contribuintes sobre descontos e prazos de pagamento do IPTU?
5. Qual é a sua percepção sobre a eficácia dos canais de comunicação utilizados pelo município para divulgar informações sobre o IPTU?
6. Quais estratégias são usadas para motivar os contribuintes a realizarem o pagamento do IPTU no prazo?
7. Entre as estratégias de motivação usadas pela Prefeitura, qual você considera mais eficaz e por quê?
8. O que está gerando resultado e o que pode ser melhorado no processo de divulgação de informação do IPTU?
9. Quais ações são tomadas para incentivar os contribuintes a se manterem adimplentes com o IPTU?
10. Como os contribuintes que entram em dívida ativa são tratados pelo município? Há estratégias para ajudá-los a regularizar sua situação?
11. Qual a importância do REFIS e dos descontos de pagamento integral para a arrecadação de IPTU?
12. Quais os tipos de feedbacks recebidos dos contribuintes em relação a facilidade ou dificuldade de entender as informações passadas nos carnês/recibos de pagamento?

13. Na sua visão, a estrutura do carnê atual é adequada para garantir que os contribuintes paguem o IPTU em dia? Quais informações são vistas com mais importância no carnê para garantir esses pagamentos?
14. Quais as preocupações referentes a inadimplência e como ela afeta a arrecadação?