

"A FEA e a USP respeitam os direitos autorais deste trabalho. Nós acreditamos que a melhor proteção contra o uso ilegítimo deste texto é a publicação online. Além de preservar o conteúdo motiva-nos oferecer à sociedade o conhecimento produzido no âmbito da universidade pública e dar publicidade ao esforço do pesquisador. Entretanto, caso não seja do interesse do autor manter o documento online, pedimos compreensão em relação à iniciativa e o contato pelo e-mail bibfea@usp.br para que possamos tomar as providências cabíveis (remoção da tese ou dissertação da BDTD)."

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA E CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

**A ADOÇÃO, POR PESSOAS FÍSICAS, DA
DECLARAÇÃO DO IMPOSTO SOBRE A RENDA
EM MEIO ELETRÔNICO
NO BRASIL.
UM ESTUDO DE DIFUSÃO DE INOVAÇÃO
NA CIDADE DE CAMPINAS.**

RICARDO WAGNER MOYA

ORIENTADOR: PROF. DR. NICOLAU REINHARD

**SÃO PAULO
2000**

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA E CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

**A ADOÇÃO, POR PESSOAS FÍSICAS, DA
DECLARAÇÃO DO IMPOSTO SOBRE A RENDA
EM MEIO ELETRÔNICO
NO BRASIL.
UM ESTUDO DE DIFUSÃO DE INOVAÇÃO
NA CIDADE DE CAMPINAS.**

RICARDO WAGNER MOYA

ORIENTADOR: PROF. DR. NICOLAU REINHARD

*Dissertação apresentada ao Departamento de
Administração da Faculdade de Economia,
Administração e Contabilidade da Universidade de São
Paulo, como parte dos requisitos para a obtenção do
título de Mestre em Administração.*

**SÃO PAULO
2000**

FICHA CATALOGRÁFICA

Moya, Ricardo Wagner

A adoção, por pessoas físicas, da declaração do imposto sobre a renda em meio eletrônico no Brasil. Um estudo de difusão da inovação na cidade de Campinas / Ricardo Wagner Moya. __ São Paulo : FEA/USP, 2000. 172 p.

Dissertação - Mestrado
Bibliografia.

1. Difusão de inovações 2. Inovações tecnológicas - Administração 3. Renda - Impostos 4. Internet (Rede de computadores) I. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP.

CDD - 658.4063

Aos meus pais e sogros,

e à minha esposa Edi.

São Paulo, agosto de 2000

O Autor

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Prof. Dr. Nicolau Reinhard, pelo suporte, incentivo e idéias, inestimáveis para que todas as crises fossem ultrapassadas com sucesso.

Aos professores Adolpho Walter Pimazoni Canton e José de Oliveira Siqueira pela orientação com a parte de análise estatística.

Aos professores do Programa de Pós Graduação por todos os ensinamentos que deles recebi.

À Lícia Mutsuko Abe e Sílvia Satomi Iminaga Suzuki pela atenção, rapidez e dedicação durante todo o tempo.

À Valéria Lourenção da secretaria da pós-graduação pelo carinho e compreensão com que trata todos os pós-graduandos.

À amiga Cecília Shizue Fujita dos Reis que de Brasília se dispôs a rever boa parte dos originais.

Aos amigos que sempre me incentivaram e me obrigaram a não desistir.

À minha família e principalmente à minha esposa Edi por terem compreendido minha ausência e minha indisponibilidade por vários anos.

Ao Todo-Poderoso que esteve por trás de tudo e de todos o tempo todo.

RESUMO

Sob a estrutura de uma Dissertação de Mestrado, este trabalho estuda as características demográficas e socioeconômicas de contribuintes, pessoas físicas da cidade de Campinas, quanto à adoção da Declaração do Imposto sobre a Renda em Meio Eletrônico.

Os contribuintes são classificados em categorias de adotantes baseadas na sua inovatividade, definida como o grau em que um indivíduo adota a Declaração de Imposto sobre a Renda por Meios Eletrônicos (DME) antes que outros membros do seu sistema social.

Para a execução da pesquisa, contou-se com dados oriundos de contribuintes moradores na cidade de Campinas, São Paulo.

ABSTRACT

This research, structured as a Mastership Dissertation in Business Administration, verifies the relationship between taxpayers' demographics and social economic status and their early or late adoption of an innovation.

Taxpayers are classified into adopter categories based on their innovativeness, which is defined as degree to which an individual is relatively earlier in adopting the electronic filing method for his tax returns.

The unit of analysis was the taxpayers living at Campinas, a city in the State of São Paulo, Brazil.

SUMÁRIO

O AUTOR	III
AGRADECIMENTOS	IV
CAPÍTULO 1	1
O PROBLEMA.....	1
1.1 - INTRODUÇÃO	1
1.2 - FORMULAÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA	2
1.3 - OBJETIVO DA PESQUISA	5
1.4 - JUSTIFICATIVAS E RELEVÂNCIA	6
1.5 - ORGANIZAÇÃO DA DISSERTAÇÃO	7
1.6 - SUMÁRIO	8
CAPÍTULO 2	9
A DECLARAÇÃO POR MEIOS ELETRÔNICOS	9
2.1 - A SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL	9
2.2 - O IMPOSTO SOBRE A RENDA	11
2.3 - A DME	13
2.3.1 - ASPECTOS GERAIS	13
2.3.2 - ASPECTOS DE DISTRIBUIÇÃO E RECEPCÃO.....	20
2.4 - SUMÁRIO	24
CAPÍTULO 3	25
TEORIA E REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	25
3.1 - INTRODUÇÃO	25
3.2 - A DIFUSÃO DE INOVAÇÃO E A TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO	30
3.3 - O MODELO DE ROGERS: DIFUSÃO DE INOVAÇÃO	32
3.3.1 - INOVAÇÃO	33
3.3.2 - CANAIS DE COMUNICAÇÃO	36
3.3.3 - TEMPO	37
3.3.4 - SISTEMA SOCIAL	38
3.3.5 - AS CATEGORIAS DE ADOTANTES	38
3.3.6 - O PROCESSO DE DECISÃO COM INOVAÇÃO.....	41
3.3.6.1 - <i>As Fases do Processo de Decisão</i>	42
1. <i>Conhecimento</i>	43
2. <i>Convicção</i>	47
3. <i>Decisão</i>	49
4. <i>Implementação</i>	51
5. <i>Confirmação</i>	54
3.4 - SUMÁRIO	56

CAPÍTULO 4	57
MODELO DE PESQUISA	57
4.1 - INTRODUÇÃO	57
4.1.1 CONCEITO DE INOVATIVIDADE	57
4.1.2 CONTAGEM DE TEMPO	58
4.1.3 CATEGORIAS DE ADOTANTES EM POTENCIAL	60
4.2 - VARIÁVEIS	62
4.2.1 VARIÁVEIS DEPENDENTES	63
4.2.1.1 <i>Adoção</i>	63
4.2.1.2 <i>Inovatividade (Innovativeness)</i>	64
4.2.2 VARIÁVEIS INDEPENDENTES	64
4.2.2.1 <i>Idade e Sexo</i>	65
4.2.2.2 <i>Renda</i>	65
4.2.2.3 <i>Ocupação</i>	65
4.3 - HIPÓTESES DA PESQUISA	66
4.4 - FORMA GRÁFICA DO MODELO DE PESQUISA	66
4.5 - MÉTODOS	67
4.5.1 INTRODUÇÃO	67
4.5.2 ESTRATÉGIA DE COLETA DE DADOS	67
4.5.3 TRATAMENTO E PROCESSAMENTO DOS DADOS	69
4.6 - SUMÁRIO	69
CAPÍTULO 5	70
ANÁLISE DE DADOS	70
5.1 - ANÁLISE DESCRITIVA	70
5.1.1 COMPOSIÇÃO DA AMOSTRA TOTAL	70
5.1.2 COMPOSIÇÃO DA AMOSTRA POR GERAÇÕES DE ADOTANTES	74
5.1.2.1 <i>Gráficos de Médias das Variáveis Independentes</i>	75
5.2 - TESTES DE HIPÓTESES	77
5.2.1 HIPÓTESE 1	77
5.2.1.1 <i>Geração 1996</i>	77
5.2.1.2 <i>Geração 1997</i>	79
5.2.1.3 <i>Geração 1998</i>	80
5.2.1.4 <i>Geração 1999</i>	82
5.2.2 HIPÓTESE 2	83
5.2.2.1 <i>Geração 1996</i>	83
5.2.2.2 <i>Geração 1997</i>	85
5.2.2.3 <i>Geração 1998</i>	86
5.2.2.4 <i>Geração 1999</i>	87
5.2.3 HIPÓTESE 3	89
5.2.3.1 <i>Geração 1996</i>	89
5.2.3.2 <i>Geração 1997</i>	90
5.2.3.3 <i>Geração 1998</i>	91
5.2.3.4 <i>Geração 1999</i>	92
5.2.4 HIPÓTESE 4	93
5.2.4.1 <i>Geração 1996</i>	93
5.2.4.2 <i>Geração 1997</i>	94
5.2.4.3 <i>Geração 1998</i>	95
5.2.4.4 <i>Geração 1999</i>	96

5.3 - PARTE EXPLORATÓRIA.....	97
5.4 - SUMÁRIO	99
CAPÍTULO 6	100
COMENTÁRIOS E CONCLUSÕES	100
6.1 - TESTES DE HIPÓTESES	100
6.2 - RECOMENDAÇÕES E FUTUROS ESTUDOS	103
6.3 - SUMÁRIO	104
<u>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	105
<u>ANEXOS</u>	112
ANEXO 1 : PLANILHA DE ENTREVISTAS.....	113
ANEXO 2 : TABELA DE OCUPAÇÕES.....	115
ANEXO 3 : PERFIL DO CONTRIBUINTE PF – PIR-96	117
ANEXO 4 : PERFIL DO CONTRIBUINTE PF – PIR-97	123
ANEXO 5 : PERFIL DO CONTRIBUINTE PF – PIR-98	136
ANEXO 6 : DECLARAÇÃO POR TELEFONE – 2000	149
ANEXO 7 : DECLARAÇÃO DE ISENTO – 1998(FORMULÁRIO).....	151
ANEXO 8 : DECLARAÇÃO DE ISENTO – 1999(LOTÉRICAS)	153
ANEXO 9 : BILL GATES – BUSINESS AT THE SPEED OF THOUGHT	155
ANEXO 10 : FREQUÊNCIAS DO SPDD	160

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 : FLUXO SIMPLIFICADO REPRESENTATIVO DO IMPOSTO SOBRE A RENDA.....	12
FIGURA 2 : A EVOLUÇÃO DA DMÉ NO BRASIL (QTD).....	15
FIGURA 3 : A EVOLUÇÃO DA DMÉ NO BRASIL (%)	16
FIGURA 4 : A EVOLUÇÃO DA DMÉ EM CAMPINAS (QTD)	17
FIGURA 5 : A EVOLUÇÃO DA DMÉ EM CAMPINAS (%)	17
FIGURA 6 : AS CATEGORIAS DE ADOTANTES.....	40
FIGURA 7 : O PROCESSO DE DECISÃO COM INOVAÇÃO.....	42
FIGURA 8 : FORMA GRÁFICA DO MODELO DE PESQUISA	66
FIGURA 9 : HISTOGRAMA – AMOSTRA TOTAL - IDADE NA ADOÇÃO	72
FIGURA 10 : HISTOGRAMA - AMOSTRA TOTAL – SEXO (M=1; F=0)	72
FIGURA 11 : HISTOGRAMA - AMOSTRA TOTAL - RENDIMENTOS	73
FIGURA 12 : HISTOGRAMA - AMOSTRA TOTAL - OCUPAÇÃO (WC=1;BC=0).....	73
FIGURA 13 : HISTOGRAMA - AMOSTRA TOTAL - OCUPAÇÃO - CBO	73
FIGURA 14 : DISTRIBUIÇÃO DA MÉDIA PELAS GERAÇÕES - SEXO.....	75
FIGURA 15 : DISTRIBUIÇÃO DA MÉDIA PELAS GERAÇÕES – IDADE	75
FIGURA 16 : DISTRIBUIÇÃO DA MÉDIA PELAS GERAÇÕES - RENDIMENTO.....	76
FIGURA 17 : DISTRIBUIÇÃO DA MÉDIA PELAS GERAÇÕES – OCUPAÇÃO W/B	76
FIGURA 18 : INOVATIVIDADE X SEXO - GERAÇÃO 1996	77

<u>FIGURA 19 : INOVATIVIDADE X SEXO - GERAÇÃO 1997</u>	79
<u>FIGURA 20 : INOVATIVIDADE X SEXO - GERAÇÃO 1998</u>	80
<u>FIGURA 21 : INOVATIVIDADE X SEXO - GERAÇÃO 1999</u>	82
<u>FIGURA 22 : INOVATIVIDADE X OCUPAÇÃO - GERAÇÃO 1996</u>	83
<u>FIGURA 23 : INOVATIVIDADE X OCUPAÇÃO - GERAÇÃO 1997</u>	85
<u>FIGURA 24 : INOVATIVIDADE X OCUPAÇÃO - GERAÇÃO 1998</u>	86
<u>FIGURA 25 : INOVATIVIDADE X OCUPAÇÃO - GERAÇÃO 1999</u>	87
<u>FIGURA 26 : INOVATIVIDADE X RENDA - GERAÇÃO 1996</u>	89
<u>FIGURA 27 : INOVATIVIDADE X OCUPAÇÃO - GERAÇÃO 1997</u>	90
<u>FIGURA 28 : INOVATIVIDADE X OCUPAÇÃO - GERAÇÃO 1998</u>	91
<u>FIGURA 29 : INOVATIVIDADE X RENDA - GERAÇÃO 1999</u>	92
<u>FIGURA 30 : INOVATIVIDADE X IDADE NA ADOÇÃO - GERAÇÃO 1996</u>	93
<u>FIGURA 31 : INOVATIVIDADE X IDADE NA ADOÇÃO - GERAÇÃO 1997</u>	94
<u>FIGURA 32 : INOVATIVIDADE X IDADE NA ADOÇÃO - GERAÇÃO 1998</u>	95
<u>FIGURA 33 : INOVATIVIDADE X IDADE NA ADOÇÃO - GERAÇÃO 1999</u>	96
<u>FIGURA 34 : DIFUSÃO DA DME NAS GERAÇÕES</u>	97
<u>FIGURA 35 : ADOÇÃO ACUMULADA NAS GERAÇÕES - QUANTIDADES</u>	98
<u>FIGURA 36 : ADOÇÃO ACUMULADA NAS GERAÇÕES (%)</u>	98

LISTA DE TABELAS

<u>TABELA 1: CLASSIFICAÇÃO DE CONTRIBUINTES QUANTO À INOVATIVIDADE</u>	71
<u>TABELA 2: QUANTITATIVOS POR GERAÇÃO E POR ANO DE ADOÇÃO</u>	71
<u>TABELA 3 : MÉDIA DAS VARIÁVEIS INDEPENDENTES NA GERAÇÃO 1996</u>	74
<u>TABELA 4 : MÉDIA DAS VARIÁVEIS INDEPENDENTES NA GERAÇÃO 1997</u>	74
<u>TABELA 5 : MÉDIA DAS VARIÁVEIS INDEPENDENTES NA GERAÇÃO 1998</u>	74
<u>TABELA 6 : MÉDIA DAS VARIÁVEIS INDEPENDENTES NA GERAÇÃO 1999</u>	74
<u>TABELA 7 : MÉDIA DAS VARIÁVEIS INDEPENDENTES NA GERAÇÃO 2000</u>	75
<u>TABELA 8 : HIPÓTESE 1 – SEXO – GERAÇÃO 1996 – SUMÁRIO</u>	78
<u>TABELA 9 : HIPÓTESE 1 – SEXO – GERAÇÃO 1996 – QUI-QUADRADO</u>	78
<u>TABELA 10 : HIPÓTESE 1 – SEXO – GERAÇÃO 1996 – SIGNIFICÂNCIA</u>	78
<u>TABELA 11 : HIPÓTESE 1 – SEXO – GERAÇÃO 1997 - SUMÁRIO</u>	79
<u>TABELA 12 : HIPÓTESE 1 – SEXO – GERAÇÃO 1997 – QUI-QUADRADO</u>	79
<u>TABELA 13 : HIPÓTESE 1 – SEXO – GERAÇÃO 1997 – SIGNIFICÂNCIA</u>	80
<u>TABELA 14 : HIPÓTESE 1 – SEXO – GERAÇÃO 1998 – SUMÁRIO</u>	80
<u>TABELA 15 : HIPÓTESE 1 – SEXO – GERAÇÃO 1998 – QUI-QUADRADO</u>	81
<u>TABELA 16 : HIPÓTESE 1 – SEXO – GERAÇÃO 1998 – SIGNIFICÂNCIA</u>	81
<u>TABELA 17 : HIPÓTESE 1 – SEXO – GERAÇÃO 1999 – SUMÁRIO</u>	82
<u>TABELA 18 : HIPÓTESE 1 – SEXO – GERAÇÃO 1999 – QUI-QUADRADO</u>	82
<u>TABELA 19 : HIPÓTESE 1 – SEXO – GERAÇÃO 1999 – SIGNIFICÂNCIA</u>	83
<u>TABELA 20 : HIPÓTESE 2 – OCUPAÇÃO W/B – GERAÇÃO 1996 – SUMÁRIO</u>	84
<u>TABELA 21 : HIPÓTESE 2 – OCUPAÇÃO W/B – GERAÇÃO 1996 – QUI-QUADRADO</u>	84
<u>TABELA 22 : HIPÓTESE 2 – OCUPAÇÃO W/B – GERAÇÃO 1996 – SIGNIFICÂNCIA</u>	84
<u>TABELA 23 : HIPÓTESE 2 – OCUPAÇÃO W/B – GERAÇÃO 1997 – SUMÁRIO</u>	85
<u>TABELA 24 : HIPÓTESE 2 – OCUPAÇÃO W/B – GERAÇÃO 1997 – QUI-QUADRADO</u>	85
<u>TABELA 25 : HIPÓTESE 2 – OCUPAÇÃO W/B – GERAÇÃO 1997 – SIGNIFICÂNCIA</u>	86
<u>TABELA 26 : HIPÓTESE 2 – OCUPAÇÃO W/B – GERAÇÃO 1998 – SUMÁRIO</u>	86
<u>TABELA 27 : HIPÓTESE 2 – OCUPAÇÃO W/B – GERAÇÃO 1998 – QUI-QUADRADO</u>	87
<u>TABELA 28 : HIPÓTESE 2 – OCUPAÇÃO W/B – GERAÇÃO 1998 – SIGNIFICÂNCIA</u>	87
<u>TABELA 29 : HIPÓTESE 2 – OCUPAÇÃO W/B – GERAÇÃO 1999 – SUMÁRIO</u>	88
<u>TABELA 30 : HIPÓTESE 2 – OCUPAÇÃO W/B – GERAÇÃO 1999 – QUI-QUADRADO</u>	88
<u>TABELA 31 : HIPÓTESE 2 – OCUPAÇÃO W/B – GERAÇÃO 1999 – SIGNIFICÂNCIA</u>	88
<u>TABELA 32 : HIPÓTESE 3 – RENDA – GERAÇÃO 1996 – SUMÁRIO</u>	89
<u>TABELA 33 : HIPÓTESE 3 – RENDA – GERAÇÃO 1996 – REGRESSÃO LINEAR</u>	89
<u>TABELA 34 : HIPÓTESE 3 – RENDA – GERAÇÃO 1997 – SUMÁRIO</u>	90
<u>TABELA 35 : HIPÓTESE 3 – RENDA – GERAÇÃO 1997 – REGRESSÃO LINEAR</u>	90
<u>TABELA 36 : HIPÓTESE 3 – RENDA – GERAÇÃO 1998 – SUMÁRIO</u>	91
<u>TABELA 37 : HIPÓTESE 3 – RENDA – GERAÇÃO 1998 – REGRESSÃO LINEAR</u>	91
<u>TABELA 38 : HIPÓTESE 3 – RENDA – GERAÇÃO 1999 – SUMÁRIO</u>	92

<u>TABELA 39 : HIPÓTESE 3 – RENDA – GERAÇÃO 1999 – REGRESSÃO LINEAR</u>	<u>92</u>
<u>TABELA 40 : HIPÓTESE 4 – IDADE – GERAÇÃO 1996 – SUMÁRIO.....</u>	<u>93</u>
<u>TABELA 41 : HIPÓTESE 4 – IDADE – GERAÇÃO 1996 – REGRESSÃO LINEAR.....</u>	<u>93</u>
<u>TABELA 42 : HIPÓTESE 4 – IDADE – GERAÇÃO 1997 – SUMÁRIO.....</u>	<u>94</u>
<u>TABELA 43 : HIPÓTESE 4 – IDADE – GERAÇÃO 1997 – REGRESSÃO LINEAR.....</u>	<u>94</u>
<u>TABELA 44 : HIPÓTESE 4 – IDADE – GERAÇÃO 1998 – SUMÁRIO.....</u>	<u>95</u>
<u>TABELA 45 : HIPÓTESE 4 – IDADE – GERAÇÃO 1998 – REGRESSÃO LINEAR.....</u>	<u>95</u>
<u>TABELA 46 : HIPÓTESE 4 – IDADE – GERAÇÃO 1999 – SUMÁRIO.....</u>	<u>96</u>
<u>TABELA 47 : HIPÓTESE 4 – IDADE – GERAÇÃO 1996 – REGRESSÃO LINEAR.....</u>	<u>96</u>

CAPÍTULO 1

O PROBLEMA

1.1 - INTRODUÇÃO

Os serviços públicos, em todos os níveis e em todas as nações, necessitam processar uma enorme quantidade de dados de seus cidadãos. A Secretaria da Receita Federal do Brasil, em particular, processa e analisa, anualmente, os dados de cerca de 12 milhões de contribuintes e faz uso intenso das tecnologias de informática, muito importantes no tratamento de grandes quantidades de dados. Por outro lado, em virtude da constante evolução da informática e da crescente facilidade de operação e aquisição de microcomputadores pelas pessoas físicas, o Brasil, por intermédio de seus órgãos de governo, tem dirigido esforços com o objetivo de facilitar a vida dos contribuintes, seja propiciando-lhes consultas pela Internet, seja recebendo seus dados pela mesma via.

A Declaração de Imposto sobre a Renda por Meios Eletrônicos (DME)¹, administrada pela Secretaria da Receita Federal (SRF), é um bom exemplo de sucesso

¹ DME é a sigla escolhida e que usaremos daqui por diante, sempre que for conveniente essa simplificação.

nessa categoria de serviços, contribuindo de forma decisiva para a eficiência do sistema de pessoa física como um todo, proporcionando uma forma inovadora de coleta e processamento de informações fiscais, ao mesmo tempo em que facilita o seu preenchimento pelo contribuinte, diminuindo ainda, a ocorrências de erros.

Apesar de toda a idéia de burocracia exagerada, excesso de papel e estagnação normalmente associada aos órgãos públicos em geral, a Secretaria da Receita Federal conseguiu, por meio da Internet, um avanço que nenhum país alcançou², proporcionando um serviço de processamento de declarações e de informações a elas associadas relativamente seguro para o contribuinte, que pode receber sua restituição muito mais rapidamente se adotar o meio eletrônico.

A DME faz parte da Tributação, que é um dos mais importantes mecanismos de obtenção de recursos para as atividades-fim do Estado. O contribuinte quer, com razão, a contrapartida dos pagamentos de impostos pagos, e a DME é uma forma de prover essa contrapartida, provendo serviços indispensáveis para os contribuintes.

1.2 - FORMULAÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA

A cada ano que passa o número de inovações tecnológicas que surgem é cada vez maior, seja por motivos de competitividade, seja por necessidade de atender às novas demandas dos usuários. Com isso não só as empresas privadas são pressionadas

a inovar, mas também, como vimos, os governos e órgãos públicos precisarão, cada vez mais, instituir novos modelos operacionais para redução de custos e para atender melhor ao cidadão das democracias do mundo, cujo número cresce a cada ano.

O professor e reitor da USP, Jacques Marcovitch, em um artigo publicado na *Folha de S. Paulo*, em 11/6/1999, afirma que o século XXI será o século da inovação. O artigo, que se concentra mais na geração e produção das inovações, alerta-nos para o fato de que quem não estiver preparado para as inovações perecerá. Textualmente ele diz: “a inovação é a chave que deve abrir a porta do futuro”.

Contudo, o problema não se resume apenas em gerar inovações. Nem sempre as novas idéias, ou produtos, são automática e imediatamente adotadas após a sua descoberta ou disponibilização ao usuário. Uma inovação pouco vale se não for adotada pelo seu público-alvo. Midgley³, textualmente diz:

“A `flash of genius` may well create the idea for an innovation, but for this idea to be turned into a market success requires painstaking and critical research, and an objective means of assessment. In other words a scientific approach to the problem”

Veja-se, por exemplo, o caso do combate ao escorbuto, que vitimava fatalmente 50% dos marinheiros em viagens longas, desde a época dos grandes descobrimentos, e do teclado Dvorak, que facilita a digitação diminuindo muito o cansaço nessa

²Acesso direto pelos contribuintes, sem intermediários, citado no último livro de Bill Gates, *Business at Speed of Thought*. Vide Anexos.

atividade. Ambos são exemplos clássicos de inovações⁴ que eram comprovadamente boas e necessárias e não foram um sucesso de adoção. A cura para o escorbuto levou mais de 250 anos para ser totalmente implementada, e o teclado Dvorak, apesar de ter sido inventado na década de 30, é praticamente desconhecido até os dias atuais⁵.

Vê-se, portanto, que as inovações precisam ser adotadas e deve ser de interesse das agências governamentais, promotoras de mudanças desse tipo, estudar e conhecer como ocorre a divulgação dessas inovações e quais as características de seus adotantes, a fim de administrar melhor estes processos, com estratégias apropriadas, promovendo, quando for de seu interesse a sua rápida difusão.

A maioria dos estudos realizados na área de difusão de inovação, quer sejam sistemas completos ou software para microcomputadores, concentram-se na sua implementação em organizações e raramente consideram os usuários em seus lares, e mesmo os que o fazem não levam em consideração dados que estão disponíveis aos órgãos de governo, como, por exemplo, os socioeconômicos e demográficos.

Assim, caberia uma pergunta: quais fatores socioeconômicos e demográficos estariam relacionados com a adoção ou a rejeição da DME?

³ Midgley, 1977, p.12.

⁴ Citado por Rogers, p.7-10.

⁵ Consta como opção de configuração de teclado no Windows.

1.3 - OBJETIVO DA PESQUISA

Uma forma de estudar esse fenômeno no Brasil, com os dados declarados pelos contribuintes, e relacioná-lo com pesquisas anteriores é **classificar os adotantes** dessa inovação de acordo com critérios de “inovatividade” (*innovativeness*) e pesquisar **quais fatores estariam relacionados** com a decisão de “adotar logo” ou “adiar a adoção”. Esse estudo tem importância, na medida em que, como veremos adiante, os agentes de mudança tentam conseguir, inicialmente, a adoção pelos mais inovadores, pois estes servem como propagadores, incentivando os menos inovadores.

Com base no acima exposto, o **objetivo geral** deste trabalho é verificar qual a relação entre a adoção da DME e alguns dados normalmente declarados pelos contribuintes, tais como **sexo, idade, rendimento anual e ocupação principal**.

Mais especificamente, o objetivo é verificar como esses dados se relacionam com as diversas categorias de adotantes, desde aqueles mais inovadores, que adotam prontamente, até os menos inovadores, que levam mais tempo para fazê-lo ou nem chegam a adotar. Barnett, citado por Boone, teorizava que certos membros de uma sociedade estão mais predispostos a aceitar novas idéias ou práticas e que esses indivíduos possuem características socioeconômicas bem definidas. Segundo Hirschman, poucos são os conceitos, na área das ciências do comportamento, com tanta relevância para o entendimento da conduta do consumidor quanto o de “inovatividade”. Isto está de acordo com o nosso enfoque, que é considerar o

contribuinte como um usuário, um consumidor de um serviço da Secretaria da Receita Federal.

1.4 - JUSTIFICATIVAS E RELEVÂNCIA

Este estudo se justifica pelos seguintes motivos:

- Embora a declaração de impostos seja um fenômeno que atinge inúmeras pessoas em diversos países, não consta, nas referências mais importantes da bibliografia mundial⁶ sobre difusão de inovação, nenhuma pesquisa sobre as características inovadoras de contribuintes ou inovações na área tributária.
- As conclusões a que chegamos neste trabalho poderão proporcionar à Receita Federal, assim como a outros órgãos e a governos de outros níveis, uma visão de como os diversos contribuintes, divididos em categorias, reagem às inovações, o que certamente fornecerá subsídios à administração desse sistema e de outros que com certeza surgirão⁷, possibilitando um melhor desenvolvimento de estratégias de controle ou de incentivo à adoção das inovações, específicas para cada segmento da população alvo.
- O mapeamento do perfil inovador dessa categoria de pessoas em relação a esta inovação específica, efetuado neste estudo, poderá servir de

⁶ Veja-se Rogers, Musmann e Kennedy.

⁷ Em 1999 foram adicionadas mais duas formas eletrônicas de declaração: a declaração por telefone e o

subsídio a outras áreas acadêmicas, possibilitando, eventualmente, estender as conclusões a que chegamos a outras inovações que possam se assemelhar à DME sob algum ponto de vista.

1.5 - ORGANIZAÇÃO DA DISSERTAÇÃO

Após a visão geral apresentada neste capítulo, trataremos, no Capítulo 2, das características da inovação em pauta e uma visão geral do Imposto de Renda.

No Capítulo 3, apresentaremos a fundamentação teórica que servirá para nortear os levantamentos e as análises dos dados. Far-se-á um breve relato histórico da teoria da difusão de inovação e das tradições que passaram a se utilizar dessa teoria para ampliar os conhecimentos das diversas disciplinas acadêmicas. Por outro lado, os conceitos básicos são apresentados, assim como uma revisão crítica das diversas tradições e autores.

O Capítulo 4 versará sobre o modelo de pesquisa escolhido. Discutem-se os conceitos, as variáveis e as hipóteses. A seguir tratamos dos métodos de pesquisa.

O Capítulo 5 é destinado à análise dos dados colhidos, descrevendo-os e interpretando-os estatisticamente.

O Capítulo 6, por fim, apresenta as conclusões, comentários e sugestões para próximas pesquisas com esse tema.

1.6 - SUMÁRIO

Este capítulo inicial forneceu uma visão geral dos motivos que levaram o autor a escolher o tema e o foco. Apresentaram-se as justificativas, com os benefícios para as diversas instituições, e o caráter inédito quanto ao objeto da pesquisa, assim como, de forma mais abrangente, o objetivo geral.

CAPÍTULO 2

A DECLARAÇÃO POR MEIOS ELETRÔNICOS

2.1 - A SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL

O imposto de renda como o conhecemos começou com a criação da SRF em 1968, substituindo uma estrutura baseada em tipos de impostos para outra baseada nas funções básicas da administração tributária. Essas funções são:

- Tributação
- Arrecadação
- Fiscalização
- Controle Aduaneiro
- Tecnologia e Sistemas de Informação
- Programação e Logística

As quatro primeiras são as funções tributárias propriamente ditas e as duas últimas, são funções de suporte. A Divisão de Tecnologia é a responsável pelo gerenciamento de todos os sistemas de declarações.

A SRF, funcionalmente, está dividida em Unidades Centrais e Unidades Descentralizadas. As Unidades Centrais cuidam do assessoramento direto ao Secretário e definem as atividades e procedimentos das funções específicas. As Descentralizadas estão divididas em Unidades Regionais e Unidades Locais. As Unidades Regionais são as dez Superintendências e as Delegacias da Receita Federal de Julgamento.

As Unidades Locais são:

- As Delegacias da Receita Federal
- As Agências da Receita Federal
- As Inspetorias da Receita Federal
- As Alfândegas da Receita Federal

As Agências estão subordinadas às Delegacias.

No Estado de São Paulo, a oitava Região Fiscal, o quantitativo desses órgãos é o seguinte:

- 01 Superintendência
- 22 Delegacias da Receita
- 01 Delegacia Especial de Instituições Financeiras
- 01 Delegacia Especial de Assuntos Internacionais
- 03 Delegacias de Julgamento
- 02 Inspetorias
- 03 Alfândegas
- 60 Agências da Receita

2.2 - O IMPOSTO SOBRE A RENDA

O Sistema de Tributação de Pessoas Físicas é anual e tem como fato gerador o recebimento de rendimentos de qualquer tipo. A obrigatoriedade de declarar está ligada, entre outras coisas, ao fato de, tanto os bens quanto os rendimentos terem ultrapassado valores limites definidos a cada ano. Algumas pessoas, como por exemplo os proprietários e sócios de empresas, são obrigadas a declarar, mesmo sem terem auferido rendimentos e sem terem bens.

Mesmo quando não se enquadre na obrigatoriedade, pode ser necessário declarar a fim de receber restituição devida. Isto ocorre se em um dado mês houve uma retenção pela fonte pagadora e na declaração de ajuste o rendimento anual total tenha ficado na faixa de isenção.

Podemos definir a **declaração de rendimentos** da seguinte forma:

É o documento de preenchimento anual, obrigatório em determinadas condições, onde o contribuinte, pessoa física, presta informações sobre o valor e fonte de seus rendimentos, seu patrimônio, deduções e demais informações que propiciem ao órgão arrecadador a determinação do imposto devido, ou a restituir, assim como da veracidade dos dados informados.

O processo começa com o contribuinte apurando seus rendimentos, fazendo as deduções permitidas e apurando imposto a pagar ou a restituir. Pode ser um processo simples, no caso de uma só fonte pagadora, ou mais complexo dependendo das fontes e deduções envolvidas. Uma complicação adicional era a conversão dos rendimentos

recebidos em valores de moeda para UFIR. A partir do Plano Real, exercício 1996, essa conversão não foi mais necessária visto que as informações são prestadas usando-se o REAL. No caso de declarações mais simples, um modelo simplificado esteve disponível em quase todos os anos⁸.

Após a entrega da declaração em unidades da Receita ou Bancos autorizados, esta é processada pelo Serpro e, a partir daí processos de verificação da veracidade dos dados declarados são iniciados. Nos casos em que são detectadas discrepâncias, estes são remetidos à Fiscalização para posteriores análises, intimação do contribuinte para esclarecimentos e eventual constituição de Auto de Infração. A figura 1 retrata todo o processo acima descrito de forma sucinta.

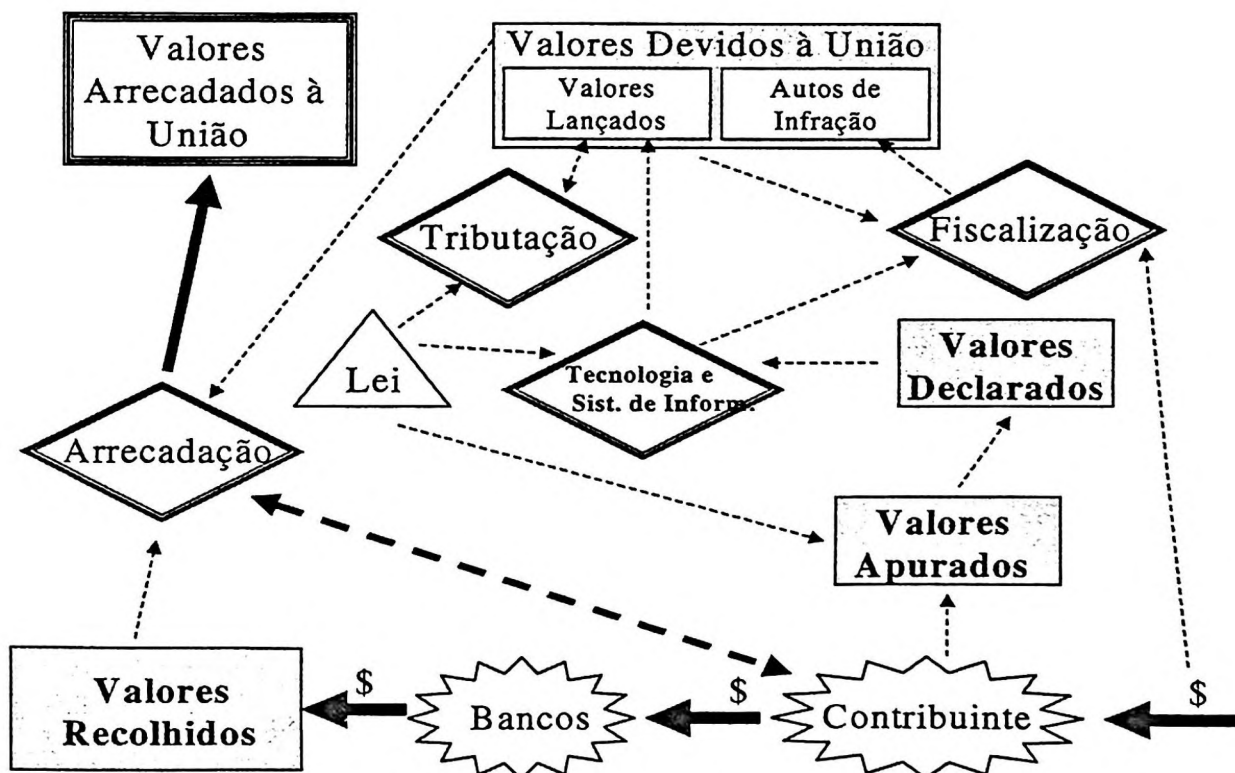


Figura 1 : Fluxo Simplificado Representativo do Imposto sobre a Renda

⁸ As declarações simplificadas não estiveram disponíveis em 94 e 95.

2.3 - A DME

2.3.1 - Aspectos Gerais

No Brasil, a DME é uma forma alternativa, e opcional, de declaração de imposto sobre a renda, disponibilizado para uso, pela primeira vez, em 1991. Desde então, tanto o processo como um todo, quanto o programa em si, têm sofrido muita evolução.

Em 1996 o programa passou a exigir o uso do sistema operacional Windows, que requer equipamentos mais sofisticados, porém traz inúmeras vantagens para o usuário, entre elas a de proporcionar um sistema mais amigável e não apresentar problemas com as impressoras como ocorria no ambiente DOS.

Desde 1997, o contribuinte brasileiro, esteja no Brasil ou no exterior, não precisa mais ir pessoalmente às unidades da Receita Federal para entregar a sua declaração, podendo, para isso, fazer uso da Internet. Naquele ano, 5% das declarações por meio eletrônico foram entregues via Internet. Em 1998, essa porcentagem foi de 25%.

Nem só o contribuinte é usuário e beneficiário da DME. Alguns profissionais de ciências contábeis foram questionados pelo autor e, quando perguntados se a DME é uma ameaça a seus negócios, responderam negativamente. Mesmo que muitos contribuintes passem a usar a DME, a maioria dos clientes desses profissionais são contribuintes de maior renda e com declarações mais complexas que necessitam de

seus serviços. Então, para o profissional, a DME parece ser uma ferramenta de trabalho, aumentando muito a sua eficiência e, por isso permitindo que mais declarações sejam realizadas no curto espaço de dois meses, período entre a disponibilização do programa do ano e a data limite para a entrega.

A entrega pela Internet é outra grande vantagem, eliminando a necessidade de enfrentar longas filas. Note-se também, que a declaração por Internet pode ser entregue a partir de março, enquanto que a entrega por meio de formulários só pode ser feita durante o mês de abril⁹.

Podemos fazer uma comparação com o que ocorre nos EUA com a declaração de impostos por meio eletrônico. Um país com toda a característica de primeiro mundo, com ampla infra-estrutura, cidadãos com boa escolaridade e poder de compra, com grande oferta de produtos de informática com baixos preços, conseguiu, de acordo com uma notícia da agência Reuters¹⁰, atingir em 1997 apenas 12% de declarações por meio eletrônico¹¹.

No Canadá, o sistema de declarações por meio eletrônico, através de profissionais cadastrados, teve início em 1992. Em 1996, o número de declarações por meio eletrônico foi de 24%, cerca de cinco milhões de contribuintes¹².

⁹ Chegou ao conhecimento do autor que em 2000, foi muito difícil encontrar formulários para declarar.

¹⁰ Tabassum Zakaria em 9 de setembro de 1997.

¹¹ Deve-se notar, contudo que nem todos os americanos podem declarar por meio eletrônico, havendo restrições quanto ao estado de residência, dependendo também da composição de renda entre outras coisas.

¹² Laura Pratt, CAMAGAZINE, 1997

Por outro lado no Brasil, um país com uma situação bem diferente daqueles citados, a Secretaria da Receita Federal, em 1997, conseguiu atingir um índice de 56% de declarações em meio eletrônico, superando, dessa forma os problemas de demora, erros e custos no processamento das declarações do imposto sobre a renda, cujo número total passou de cerca de seis milhões em 1993 para mais de 12 milhões em 2000.

As figuras 2, 3, 4 e 5 refletem a evolução da DME no Brasil e em Campinas.

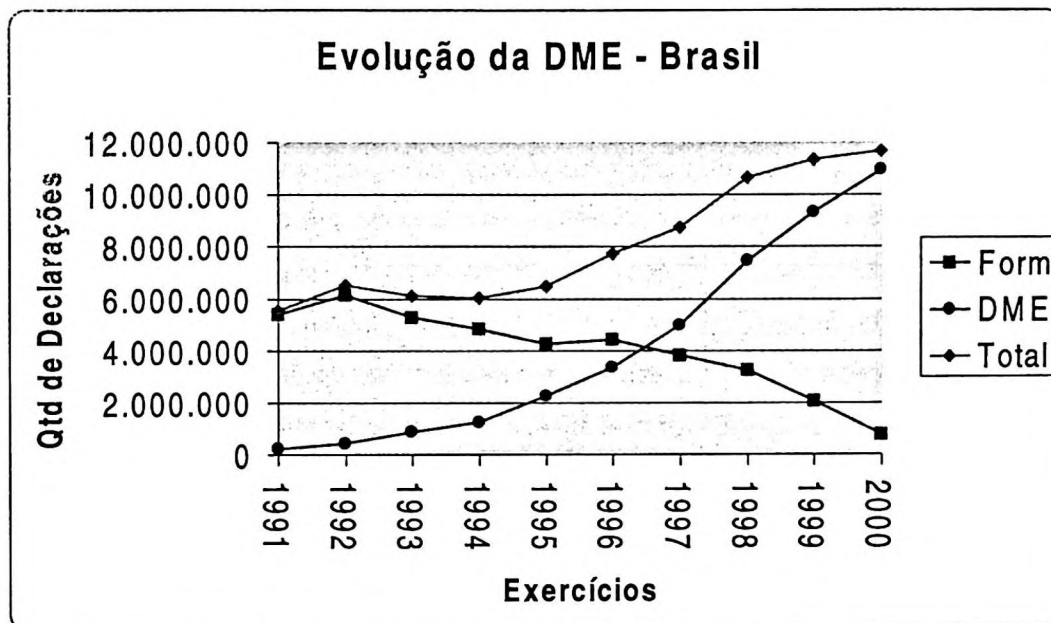


Figura 2 : A Evolução da DME no Brasil (QTD)

Em 1999, além do programa distribuído pela SRF, houve duas outras possibilidades de declarar: através do telefone ou de um formulário on-line à disposição pela Internet. Nos dois casos, há necessidade de que o contribuinte se enquadre em alguns requisitos e que seus bens e rendimentos estejam abaixo de um certo valor.

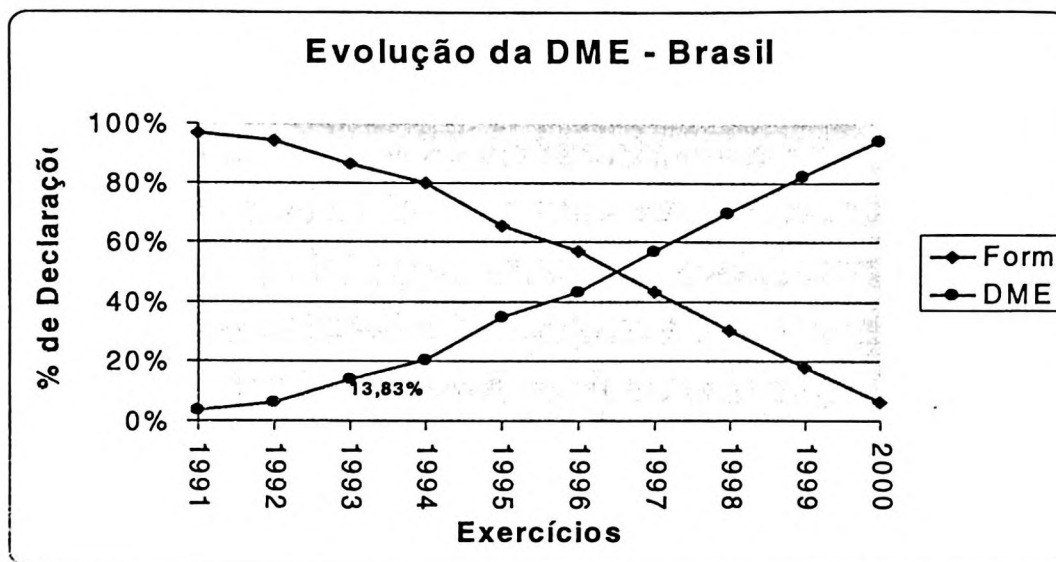


Figura 3 : A Evolução da DME no Brasil (%)

Quanto à recepção dos disquetes podemos dizer que houve três fases. A primeira, a partir de 1991, quando os disquetes eram recepcionados nas unidades locais da SRF, validados localmente e enviados fisicamente para o processamento no Serpro. A segunda, a partir de 1995, os disquetes eram lidos, validados e armazenados em micros locais. Posteriormente eram gerados “disquetes remessa” com cem declarações em cada um, de forma compactada, e remetidos via Transdados para o Serpro. A partir de 1997, entramos na terceira fase, onde os disquetes recebidos dos contribuintes são transmitidos imediatamente ao Serpro pela Internet. Isto vale para todos os postos receptores, sendo que aqueles que não estão conectados à Internet ainda usam a Transdados.

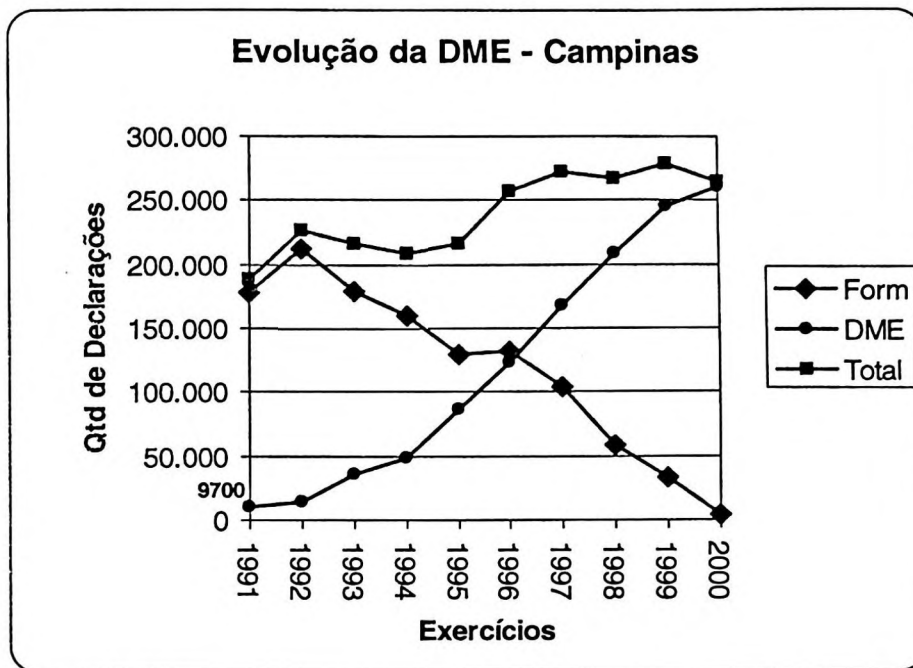


Figura 4 : A Evolução da DME em Campinas¹³ (QTD)

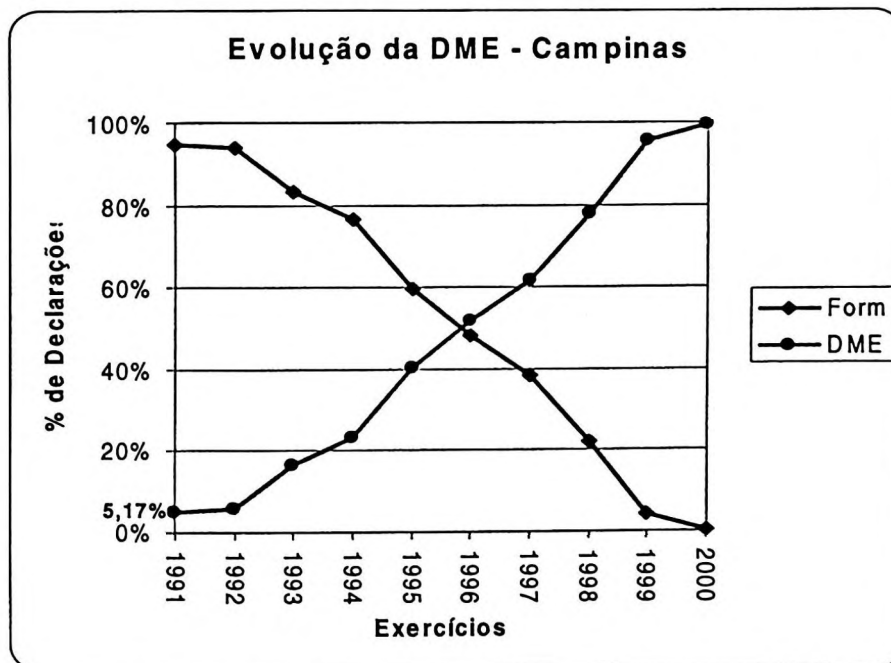


Figura 5 : A Evolução da DME em Campinas (%)

Além dos custos dos materiais e transporte, os custos de processamento também são afetados, pois a DME dispensa digitação dos dados pelo Serpro, estimando-se em 1/10 do custo envolvido com o processamento de formulários¹⁴. Além dessas vantagens, a ocorrência de erros diminuiu, visto que o programa executa algumas verificações básicas durante o preenchimento.

O quadro 1 é um sumário das diferenças mais significativas que caracterizam cada uma das três tecnologias disponíveis no momento¹⁵, **formulário em papel, disquete e Internet.**

Incluimos também uma classificação quanto ao tipo de inovação para caracterizar melhor a DME. Foi escolhido o sistema de Robertson, muito usado em Marketing (Engel), que se baseia no impacto que é causado no comportamento de aquisição e de uso da inovação pelos adotantes.

De acordo com esse sistema, uma inovação é **descontínua** quando está em jogo a introdução de um produto totalmente inédito, que para seu uso ou aquisição são necessários padrões de comportamento completamente diferentes. Foi o que aconteceu com a introdução dos automóveis, televisores, videocassetes, computadores e forno de micro-ondas. Foi o caso da DME em 1991.

¹³ Nestes valores, estão também incluídos contribuintes de outras cidades da região sob a jurisdição da Delegacia de Campinas.

¹⁴ De acordo com o IRS americano.

¹⁵ Na realidade, como já colocado em nota anterior, já existe atualmente no Brasil a possibilidade de declarar por telefone e também através de um formulário preenchido numa página da Internet.

Uma inovação é **dinamicamente contínua** quando a inovação envolve um novo produto ou a modificação de um previamente existente, que não altera significativamente o comportamento de aquisição ou de uso da inovação. Por exemplo, escova dental elétrica, tração dianteira em automóveis, música em CD, alimentos sem agrotóxico¹⁶, etc.

Finalmente, uma inovação é **Contínua** quando é simplesmente uma modificação de um produto existente, de forma que para seu uso não são necessárias alterações de comportamento, apesar de poder existir por trás da inovação grandes mudanças tecnológicas. Como exemplos, podemos citar uma nova pasta dental com flúor, cigarros com menos nicotina ou com sabor hortelã, o Pentium III da Intel ou freios ABS em um carro.

Na primeira coluna, estão algumas características funcionais comuns entre as situações de **Pré-inovação** (formulário) e de **Inovação** (DME). A segunda coluna é a situação de Pré-Inovação. A seguir estão as situações na Inovação. As Fases A, B, C, D e E :

- Fase A - 1991 (Inovação **Descontínua**)
- Fase B - 1992 a 1995 (Inovação **Contínua**)
- Fase C - 1996 (Inovação **Dinamicamente Contínua**)
- Fase D - 1997 (Inovação **Dinamicamente Contínua**)
- Fase E - 1998 a 2000 (Inovação **Contínua**)

¹⁶ Normalmente se deterioram mais cedo.

Características Da Inovação	Situação Pré- Inovação	Situação da Inovação				
		Fase A	Fase B	Fase C	Fase D	Fase E
	1990	1991	1992→1995	1996	1997	1998 →2000
Tipo de Mídia	Papel	Disquete	Disquete	Disquete	Internet	Internet
Cálculo	Manual	Programa	Programa	Programa	Programa	Programa
Simulação ¹⁷	Manual	Programa	Programa	Programa	Programa	Programa
Preenchimento	Manual	Programa	Programa	Programa	Programa	Programa
Cópia	Física	Digital	Digital	Digital	Digital	Digital
Recepção e Entrega	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Pessoal	Virtual	Virtual
Recibo	Papel	Papel	Papel	Papel	Arquivo Digital	Arquivo Digital
Sistema Operacional	Não Aplicável	Dos	Dos	Windows	Windows	Windows
Tipo de Inovação	Não é Inovação	Descontínua	Contínua	Dinâmica- mente Contínua	Dinâmica- mente Contínua	Contínua

QUADRO 1 : Distribuição das Características e Situações da Pré-Inovação (formulário) e Inovação (DME) pelos anos de 1990 a 2000.

2.3.2 - Aspectos de Distribuição e Recepção.

Quanto à distribuição, os meios empregados são: as unidades locais da SRF, as papelarias, o correio e, mais recentemente, a Internet. Em Campinas houve também postos avançados em Shopping Centers, por exemplo. Os formulários eram distribuídos pelas unidades da SRF, papelarias e correio, este último até 1999.

¹⁷ Atividade de se colocar valores e verificar o seu efeito no final da declaração.

No início da distribuição do programa, os interessados na alternativa DME tinham que levar um disquete virgem e trocá-lo por um outro contendo o programa. A partir de 1995, os disquetes passaram a ser distribuídos gratuitamente. Em 2000 os contribuintes que não possuíam microcomputadores com sistema de CD e que procurassem a SRF, obtiveram o programa através de disquetes, podendo também fazer download do programa por meio de microcomputadores disponibilizados para esse fim.

Quanto à recepção de declarações, a SRF empregou, além de suas próprias instalações, a rede bancária, a Internet e o correio (apenas formulários). Em 1995 a rede bancária ficou limitada a um conjunto de bancos autorizados, estatais em sua grande maioria.

O Quadro 2 é um sumário desses aspectos.

Com o objetivo de identificar estratégias específicas empregadas pela SRF desde a criação da DME, entrevistamos, de forma semi-estruturada, alguns chefes responsáveis pela área de Tecnologia. A única estratégia apontada por todos foi a de favorecer o contribuinte que declarasse por meio eletrônico, premiando-o com sua eventual restituição antes daqueles que declarassem por meio do formulário.

Alguns contribuintes, em conversa com o autor, disseram acreditar que a SRF, especialmente nos últimos anos, estava gerando, de forma artificial, a falta de formulários a fim de alavancar ainda mais o crescimento da DME. Perguntados a

respeito, os entrevistados negaram tal hipótese, argumentando que são instruídos, a cada ano, a fazer uma previsão do número de formulários para suprir as necessidades de suas unidades e que, de modo geral, há sobras de material. O que ocorre, segundo eles, é que a logística de distribuição é feita a nível nacional e que os formulários acabam chegando nos últimos 20 ou 30 dias antes do prazo limite. Assim, os contribuintes que procuram os formulários antes desse período, não os encontram. Por outro lado, as papelarias que vendem o formulário podem não estar mais interessadas nesse negócio, já que a procura vem caindo sistematicamente a cada ano que passa.

Até 1999, a SRF enviava formulários pelo correio àqueles que tivessem declarado dessa forma no ano anterior. Deixando de fazê-lo em 2000, a SRF pode ter feito com que muitos contribuintes tivessem uma percepção de que estariam sendo forçados a dotar a DME. Apesar de concordarem com essa possibilidade, os entrevistados não acreditam que a SRF tenha tido esse objetivo, pois já haviam sido informados previamente desta decisão e que consideraram esse fato nas suas previsões para o ano 2000.

Assim, pode-se identificar algumas situações a partir do Quadro 2, que reflete os tópicos discutidos até aqui.

			91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	
D i s t r i b u i d o	Formulário	SRF	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
		Papelaria	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
		Correio	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Disquete	SRF – C/ Troca de Mídia	●	●	●	●							
		SRF – Sem Troca					●	●	●	●	●	●	●
		Internet							●	●	●	●	●
CD	SRF										●		
R e c e b i m e n t o	Formulário	SRF	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
		Toda Rede Bancária	●	●	●	●							
		Bancos Autorizados					●	●	●	●			
		Correio									●	●	
	Disquete	SRF	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
		Toda Rede Bancária				●							
		Bancos Autorizados					●	●	●	●	●	●	
		Internet							●	●	●	●	

QUADRO 2 : Detalhes de Distribuição e Recepção de Declarações.

De 1991 a 1994, a estratégia da SRF que parece ter prevalecido foi a de apenas facilitar a adoção da DME, disponibilizando apenas os recursos minimamente necessários para alcançar tal fim.

A partir de 1995, a SRF pode perceber que o conceito da DME era viável e então, algumas ações foram tomadas no sentido de tornar a operação mais eficiente e com mais qualidade. Portanto, há um interesse maior da SRF numa estratégia de controle na administração da DME, já que o processo como um todo podia ser considerado um sucesso, havendo poucos riscos de reversão das tendências de adoção.

A rede bancária, por exemplo, foi diminuída drasticamente, envolvendo apenas os bancos estatais e alguns bancos privados. Mesmo a nova rede autorizada, que era composta por 37 bancos em 1997, caiu para 26 bancos em 2000.

A partir de 1999 as facilidades para a entrega de formulários diminuíram com a exclusão dos bancos autorizados para a recepção de formulários e em 2000 nota-se que

um dos poucos elos oficiais de comunicação anual entre a SRF e os declarantes por formulário foi rompido (o envio do formulário pelo correio), justificando-se tal atitude pelo fato de que tais contribuintes são, atualmente, uma real minoria. Isto, contudo, dá a essa estratégia uma conotação de imposição pela SRF, diminuindo as condições propícias para se declarar em formulário.

Por outro lado, o ano 2000 inaugura uma nova fase tecnológica da DME, com o fornecimento pela SRF, em uma única mídia, de todos os programas e instruções necessárias para se apresentar as declarações, eliminando as restrições quanto ao tamanho dos arquivos.

2.4 - SUMÁRIO

O presente capítulo teve por objetivo apresentar a Inovação objeto desta pesquisa, mostrando como a sua difusão tem evoluído em Campinas e no Brasil.

Algumas características da inovação são analisadas, é fornecida uma explicação sucinta sobre o Imposto sobre a Renda e sobre a estrutura da Secretaria da Receita Federal.

Foi feita também, uma análise sobre alguns aspectos de distribuição e recepção de declarações, inferindo-se algumas posições da SRF quanto às estratégias utilizadas.

CAPÍTULO 3

TEORIA E REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

3.1 - INTRODUÇÃO

De acordo com Boone, a aceitação de novidades pelos membros de uma determinada cultura ou sociedade é um assunto do maior interesse, tanto para antropólogos como sociólogos e administradores. Como são difundidas novas idéias, práticas e produtos de um indivíduo, ou grupo, para outro?

Já há trinta anos, inovações bem-sucedidas (adotadas) eram a chave de empreendimentos de sucesso. De acordo com Shaw apud Boone, a taxa de insucessos com novos produtos estava em torno de 95%.

De acordo com Maciotti apud Balagi, o estudo do progresso de qualquer civilização estará incompleto sem a menção das inovações ocorridas e da forma pela qual se difundiram. Cita o caso da impressão com tipos móveis de metal, inventada na Coréia, no século XIII, ou na China, nos séculos XIV ou XV. Esta inovação não se

propagou pela China durante longo tempo, e a razão foi atribuída à natureza da língua chinesa, que requer milhares de ideogramas diferentes para uma escrita corrente. Há registros de que, na Coréia, a impressão por tipos tenha sido usada no ano 1234. Da mesma forma, a difusão dessa inovação foi retardada pela relutância dos acadêmicos e profissionais gráficos em adotar um novo alfabeto de 25 letras. Como se sabe, foi a invenção de Gutemberg, no século XV, que disparou a difusão dessa tecnologia.

Estes fatos e tantos outros despertaram a curiosidade e a preocupação de várias linhas de pesquisadores em relação a estes temas. Desde o século XIX, os antropólogos têm estudado a propagação de idéias e práticas entre culturas distantes, dando início à tradição antropológica de Difusão de Inovação¹⁸. Esta tradição está mais preocupada em como se propagam coisas **entre grupos** sociais do que **dentro de grupos** sociais. Segundo Rogers, p.42, esses pesquisadores se ocupam mais de inovações tecnológicas, usando como unidade de análise tribos e vilarejos.

Uma outra tradição que estuda a DI é a sociológica. Gabriel Tarde¹⁹ é considerado o primeiro a notar que o processo de difusão toma a forma de um “S”. Tarde usou o conceito de “Imitação”, que hoje é conhecido como adoção de inovação (Rogers, p.40). Essa tradição é conhecida como “Early Sociology” e a ela são atribuídos apenas 10 trabalhos na área de DI. Usou basicamente dados secundários e as unidades de análise foram comunidades e indivíduos.

¹⁸ Daqui por diante estaremos abreviando Difusão de Inovação por DI.

¹⁹ The Laws of Imitation, 1903

O maior número de trabalhos de DI está na tradição de sociologia rural. Segundo Rogers, há cerca de 845 estudos. Boone argumenta que esse número elevado de trabalhos está relacionado a suporte financeiro fornecido pelo governo americano aos projetos de produção rural. Um estudo clássico é o de Ryan e Gross, sobre a adoção de sementes de milho híbrido em duas comunidades do estado de Iowa, inovação introduzida em 1933, cuja difusão se deu até 1941. O estudo investigou esse processo por meio de entrevistas com 257 agricultores. O foco do estudo concentrou-se na verificação de quais fontes de informação foram usadas para promover a adoção.

Há também trabalhos na área de sociologia médica, como o de Coleman, Katz e Menzel, em 1957, onde são estudadas, por meio de entrevistas com médicos de quatro cidades americanas, a relação existente entre a integração social dos médicos com seus colegas e a adoção (prescrição ao paciente) da droga Gammanym. Menzel voltou a estudar a tese admitida de que os que adotam mais rapidamente são “marginais”, no sentido de estarem afastados da sociedade.

A designação das categorias das tradições é um pouco subjetiva e depende do enfoque considerado. Contudo, uma outra tradição que se distingue bem é a de Marketing. Boone afirma que o primeiro trabalho dessa área foi realizado em 1959 pela Opinion Research Corporation, a partir de entrevistas com 105 chefes de família a respeito da adoção (primeiro uso) de uma série de produtos de consumo, consideradas como inovações. A ênfase maior dos estudos é na operacionalização dos resultados

obtidos, no sentido de definir ações e intervir no mercado a fim de acelerar a difusão, pela segmentação dos adotantes em potencial e pelo uso de mídia adequada.

Nessa linha encontram-se muitos trabalhos relacionados com a previsão de difusão, desenvolvidos a partir de modelos matemáticos. Um trabalho desse tipo bem conhecido e muito usado pela precisão do modelo é o de Bass para bens duráveis, que usa duas variáveis independentes na sua formulação: os inovadores (a primeira categoria de Rogers²⁰) e os imitadores (a soma das outras quatro categorias). Ainda nessa área de modelagem matemática há os trabalhos de Mahajan e Peterson (1985) e Mahajan e Wind (1986).

Um estudo da área de Marketing relacionado com o uso de Microcomputadores é o de Gatignon e Robertson (1989), no qual a variável dependente é a adoção ou rejeição de uma alta tecnologia por organizações industriais²¹. Quatro fatores foram escolhidos para explicar a adoção ou a rejeição: o ambiente industrial da organização, o ambiente competitivo dos fornecedores da tecnologia, as características das operações da organização e as características de processamento de informações do tomador de decisão da organização²².

Danko e MacLachlan (1983) investigam a compra de microcomputadores pessoais por usuários domésticos, comparando os adotantes mais precoces²³ com os

²⁰ Como veremos adiante no ítem 3.3.5.

²¹ Uso de Laptops com software para facilitar o trabalho dos vendedores da organização quantos aos pedidos, etc.

²² Em relação à decisão de adotar uma determinada inovação.

²³ Early Adopters.

adotantes mais tardios²⁴. Analisam as implicações quanto à escolha do tipo de mídia, conteúdo de mensagem de propaganda e distribuição do produto. As variáveis independentes consideradas foram: atitudes gerais, dados demográficos (idade, educação e renda) e sociográficos (posse de outros produtos inovadores tais como calculadoras, videogames, etc).

A adoção de PC's também foi pesquisada por Dickerson e Gentry, envolvendo 321 membros de um clube de computadores e 639 assinantes de uma revista de psicologia. A coleta foi realizada por meio de questionários, e as variáveis independentes foram do tipo psicográficas e demográficas.

Alguns autores de Marketing usam ainda um enfoque de difusão sob a perspectiva espacial, usando conceitos geográficos de mercado e infra-estrutura das regiões onde a inovação é introduzida. Trabalhos clássicos nessa linha são os de Hägerstrand (sueco) e Brown (americano). O trabalho de Loboda sobre a difusão da rede de televisão na Polônia também está nessa linha. Audirac e Beaulieu, seguindo a teoria desenvolvida por Brown, estudam as condições de acesso a microcomputadores e desenvolvem a tese de que os adotantes potenciais de microcomputadores tendem a adotar mais por esse motivo do que por variáveis de atitude.

Na tradição de comunicações pode ser colocado o célebre trabalho de Rogers, talvez o maior consolidador da teoria de DI, aparecendo como referência em quase todas as pesquisas mais modernas. Usaremos a teoria de Rogers como base do

²⁴ Late Adopters.

presente trabalho e que será apresentada a seguir. Ainda incluído nessa categoria, não podemos esquecer o trabalho de Markus, que propõe explicações para a difusão de inovações do tipo interativa (e-mail, telefone, videoconferências, etc) baseado nos conceitos de massa crítica.

3.2 - A DIFUSÃO DE INOVAÇÃO E A TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO

Nenhum outro campo desde a revolução industrial tem experimentado um crescimento tão grande como o da Tecnologia de Informação²⁵ nas últimas duas décadas. Alguns exemplos de inovação nessa área são: Expert Systems, DBMS, Computer Aided Software Engineering, EDI e ERP.

Thong e Yap, por exemplo, não focando nenhuma tecnologia em particular, estudam, numa pequena empresa, como se relacionam vários fatores contextuais (inovatividade do chefe geral²⁶, intensidade de informação²⁷, atitudes em relação à TI, conhecimento de TI e competição) com a adoção de tecnologias de TI.

Diferentemente de outras ocupações, as características de rápido desenvolvimento tecnológico são marcantes nos profissionais de TI. Gibson usa os conceitos da DI para explorar a aparente contradição entre a vontade dos profissionais de TI de embarcar em mudanças tecnológicas e, ao mesmo tempo, a sua relutância em adotar novos métodos de trabalho (Software Process Improvement).

²⁵ Abreviaremos Tecnologia de Informação por TI.

²⁶ Normalmente o próprio dono do negócio.

²⁷ "Information Intensity" no original. Significa o quanto a informação está presente no produto ou serviço de uma organização.

A adoção de EDI (Electronic Data Interchange) é outra área onde aparecem trabalhos de Difusão de Inovação. McGown e Madey examinam a adoção da EDI e a profundidade em que são utilizadas dentro de quatro empresas industriais. Verificam se os fatores da simples adoção da EDI estão relacionados com os fatores para seu uso mais profundo e avançado.

Niederman, num estudo não-empírico, questiona as diferenças entre as previsões de crescimento da EDI e a sua real evolução, usando a teoria da massa crítica de Markus e a da percepção de risco de Teo, Tan e Wei.

Na linha de modelos matemáticos, Charlton, Gittings, Leng, Little e Neilson exploram quão podem os modelos tradicionais de DI (Mahajan e Peterson) descrever adequadamente o uso do Comércio Eletrônico pela Internet.

Moore, em tese de doutorado, usa os conceitos de DI e da TRA (Theory of Reasoned Action) para investigar as percepções subjacentes sobre a inovação, com 540 usuários potenciais de Estações de Trabalho, em sete organizações.

Um outro estudo envolvendo TRA e TAM (Technology Acceptance Model) é o de Davis, Bagozzi e Warshow, envolvendo 107 alunos dos primeiros quatro semestres do programa de MBA da Universidade de Michigan. O objetivo da pesquisa foi verificar a possibilidade de prever a aceitação dos computadores por indivíduos, a

partir de medidas de suas “intenções”, “utilidade percebida” e “facilidade percebida de uso” entre outras variáveis.

Cooper e Zmud analisam a implementação de módulos de MRP em 52 empresas, com foco na interação de funções gerenciais da TI. As variáveis dependentes foram adoção e infusão²⁸.

Os economistas também têm trabalhos sobre adoção de TI. Levin, Levin e Meisel estudam a influência das variáveis estruturais de mercado (grau de competição, tamanho da empresa, etc.) na taxa de adoção de Leitores Óticos em supermercados e mercearias.

3.3 - O MODELO DE ROGERS: DIFUSÃO DE INOVAÇÃO

Segundo Rogers,

Difusão de Inovação é o processo pelo qual uma inovação, por meio de certos canais de comunicação, ao longo do tempo, é transmitida para os membros de um sistema social.

A difusão de Inovação é um tipo especial de comunicação, no qual as mensagens estão relacionadas basicamente com novas idéias.

²⁸ Infusão: nível de uso das funções do MRP.

De acordo com esta definição, são quatro os elementos encontrados na Difusão de Inovações: a **inovação, os canais de comunicação, o tempo e o sistema social.**

3.3.1 - Inovação

De acordo com Engel et al, uma inovação pode ser definida de várias maneiras. Subjetivamente, porque depende da estrutura mental do indivíduo; uma inovação pode ser definida como uma idéia ou produto **percebido** como novo para o adotante em potencial. Por outro lado, objetivamente, porque uma inovação pode também ser definida a partir de critérios externos ao adotante, podendo ser definida como idéia, ou um produto qualitativamente diferente dos modelos anteriores aos quais o adotante tenha sido exposto.

Uma inovação é uma idéia, um prática, ou um objeto que é **percebido como novo** por um indivíduo (ou outra unidade de adoção, como uma organização, uma família, etc.). Uma idéia, uma prática ou um objeto podem já ser bem conhecidos e amplamente adotados por outras pessoas em outros lugares. Contudo são uma novidade para o indivíduo que os desconhece até então.

Na verdade, mesmo sendo do conhecimento do indivíduo, podem-se tratar de uma inovação enquanto não tenham sido considerados ainda quanto à adoção ou rejeição. Este é o caso das Declarações em Meio Eletrônico. É uma inovação para o contribuinte que já sabia do sistema, mas só recentemente considerou a possibilidade

de adoção, pelo fato de que seus rendimentos terem, por exemplo, ultrapassado o limite de isenção, o que o obriga a declarar.

Portanto, a novidade de algo pode ser expressa em termos não só do **conhecimento** que se tem dela, mas também em termos da **convicção** que se tenha a respeito dela ou da **decisão** de adotá-la (Rogers, p.11).

As inovações têm atributos que afetam a sua adoção. Rogers cita alguns deles como os mais importantes encontrados nas pesquisas: vantagem relativa, compatibilidade, complexidade, experimentabilidade e observabilidade.

Vantagem Relativa é o grau em que uma inovação é percebida como melhor do que a anterior, sob algum ponto de vista que interesse ao usuário. Objetivamente, as vantagens da DME seriam:

- Os cálculos manuais e o transporte de dados de um quadro da declaração tornam-se desnecessários.
- Os dados da declaração do ano anterior são facilmente recuperados e inserido nos lugares certos.
- Não é preciso enfrentar filas de última hora para entregar a declaração.
- A janela de tempo disponível para declarar com DME é de dois meses²⁹.

Para declarar com formulário, a janela é de um mês apenas.

²⁹ Adicione-se a vantagem de 24 horas por dia se se usar a Internet ao invés do disquete.

Compatibilidade é o grau em que uma inovação é percebida, pelos adotantes potenciais, como consistente, compatível com:

- Seus valores e crenças;
- Suas experiências passadas (que são a base para seus comportamentos posteriores);
- Suas necessidades.

Complexidade é o grau em que uma inovação é percebida como difícil de entender e de ser usada. A adoção da DME pressupõe o conhecimento básico de “navegação” dentro do sistema Windows. A dificuldade com o conteúdo dos quadros é a mesma em alguns casos e é facilitada em outros, quando comparada com o formulário de papel.

Experimentabilidade é o grau em que uma inovação pode ser parcialmente experimentada, de forma limitada, antes de sua adoção de forma total. No texto original consta “trialability”, que seria a possibilidade de se fazer uma tentativa de adoção de forma parcial, uma simples experiência, sem os custos e os riscos de uma adoção total. No caso de sementes na agricultura, por exemplo, seria a adoção da inovação em uma pequena área. No caso de um novo automóvel, seria a possibilidade de se poder dirigi-lo por alguns quilômetros sem ter de compra-lo. No caso da DME, seria a possibilidade de o contribuinte usar o programa, imprimir e conferir seus cálculos sem ter de entregar a declaração em meio eletrônico ou até entregá-la e poder voltar ao uso do formulário no ano seguinte se assim quisesse.

Observabilidade é o grau em que o resultado da adoção de uma inovação é visível a outros. Teoricamente a DME deveria ter baixa observabilidade, por consistir basicamente de um software. Contudo, as notícias veiculadas pela Secretaria da Receita Federal sobre a disponibilidade das restituições para quem usou a DME e a quantidade de lotes de restituição até chegar a vez dos que usaram formulários fazem da DME uma inovação com grande observabilidade.

3.3.2 - Canais de comunicação

Comunicação é um processo no qual os participantes criam e compartilham informações uns com os outros para chegarem a uma compreensão mútua. (p.17)

Como já foi dito, a difusão de inovação é um tipo especial de comunicação, sendo que a essência desse processo é a troca de informações, por meio das quais um indivíduo comunica uma nova idéia para um ou para vários outros indivíduos, dando início às etapas que podem levar à adoção ou rejeição.

Um canal de comunicação é um meio pelo qual as mensagens fluem de um indivíduo para outro, podendo ser do tipo de massa ou interpessoal.

Um aspecto importante no processo de comunicação, ainda de acordo com Rogers, é o de homofilia e heterofilia. Nas comunicações humanas, as idéias são mais bem transmitidas se os indivíduos forem semelhantes, ou homófilos. **Homofilia**, então, é o grau em que dois ou mais indivíduos que interagem são semelhantes em relação a certos fatores, como crenças, educação, status social e conhecimentos, entre outras

coisas, e obviamente a própria linguagem. Portanto, quando houver homofilia, haverá maior eficiência na comunicação. Um dos problemas mais característicos na difusão de inovações é que os agentes de mudança e adotantes em potencial são heterófilos. Aqueles são mais familiarizados com inovações e mais técnicos, com uma tendência ao uso de jargões, enquanto os últimos são normalmente leigos. Contudo, se não houver uma certa **heterofilia** no sistema social, será muito difícil que novos conceitos e práticas, de fora, sejam introduzidos.

3.3.3 - Tempo

A variável “tempo” não é muito considerada em outras áreas de pesquisa comportamental, mas é um dos pontos fortes da difusão de inovação, conquanto normalmente seja difícil de mensurar, pois depende da lembrança dos respondentes em relação à época da adoção.

Normalmente os seguintes aspectos estão envolvidos em estudos com foco na variável “tempo”:

- **Processo de decisão com inovação**, pelo qual o indivíduo passa da fase do conhecimento até a confirmação/adoção.
- **Taxa de adoção de inovação**, medida basicamente pelo número de indivíduos que adotam a inovação em um determinado período de tempo.
- **Classificação de adotantes**, em relação à demora em adotar, quando comparados com outros indivíduos. Esta será a dimensão principal no presente estudo.

3.3.4 - Sistema social

Sistema Social é definido como um conjunto de unidades inter-relacionadas que se engajam conjuntamente em processos de solução de problemas para atingir um objetivo comum (Rogers, p.23). Esta busca de um objetivo comum é que mantém o sistema social coeso. Os membros, ou unidades, de um sistema social podem ser indivíduos, grupos ou organizações. A difusão ocorre dentro de sistemas sociais e é afetada pelas estruturas desses sistemas.

A estrutura de um sistema social é que dá estabilidade e previsibilidade aos comportamentos dos indivíduos componentes desse sistema. Quanto mais estruturado um sistema, menos incerteza uma inovação pode trazer, já que todas as suas conseqüências são mais facilmente previsíveis. Contudo, isto nem sempre significa que a inovação será adotada mais facilmente. Um sistema social muito estruturado, rígido, pode fazer com que uma determinada inovação seja sumariamente rejeitada por incompatibilidade com os padrões aceitos pelos seus membros.

Os contribuintes constituem o sistema social no qual estamos interessados, especificamente os contribuintes de Campinas.

3.3.5 - As categorias de Adotantes

Os adotantes podem ser agrupados em categorias, de diversas maneiras. A metodologia mais usada é a de Rogers, segundo o qual deve-se buscar uma forma padronizada de se fazer isso, pois trará a vantagem de permitir comparações com

outros estudos. A proposta de Rogers é usar a curva normal como ponto de partida e marcar unidades inteiras de desvio-padrão como limites dessas categorias. Assim, os adotantes, em relação ao tempo decorrido desde o lançamento³⁰ da inovação até sua adoção, seriam classificados em 5 categorias:

- **Inovadores** – os primeiros 2,5% a adotar. (Innovators)
- **Adotantes Precoces** – os próximos 13,5% a adotar. (Early Adopters)
- **Maioria Precoce** – os próximos 34% a adotar (Early Majority)
- **Maioria Tardia** – os próximos 34% a adotar (Late Majority)
- **Resistentes** – os últimos 16% a adotar. (Laggards)

Apesar de largamente usada esta nomenclatura, traduzir esta última categoria por “retardatários” não parece ser uma boa opção em todos os casos, visto que assim podem ser classificados aqueles que por um motivo ou outro não necessitam da inovação, não sendo necessariamente **atrasados** em relação aos outros, como a tradução literal de “laggards” levaria a crer.

De acordo com Kenneth, os resistentes também constituem uma categoria interessante de ser pesquisada, pois perfazem 16% do total. Com conhecimento sobre as características desta categoria, o agente de mudança poderia definir estratégias que pelo menos garantissem que esses 16% não se tornassem não-adotantes. A figura 6 ilustra a categorização proposta por Rogers.

³⁰ Como se poderá ver com mais detalhes no capítulo 4, usamos como início da contagem a necessidade de declarar.

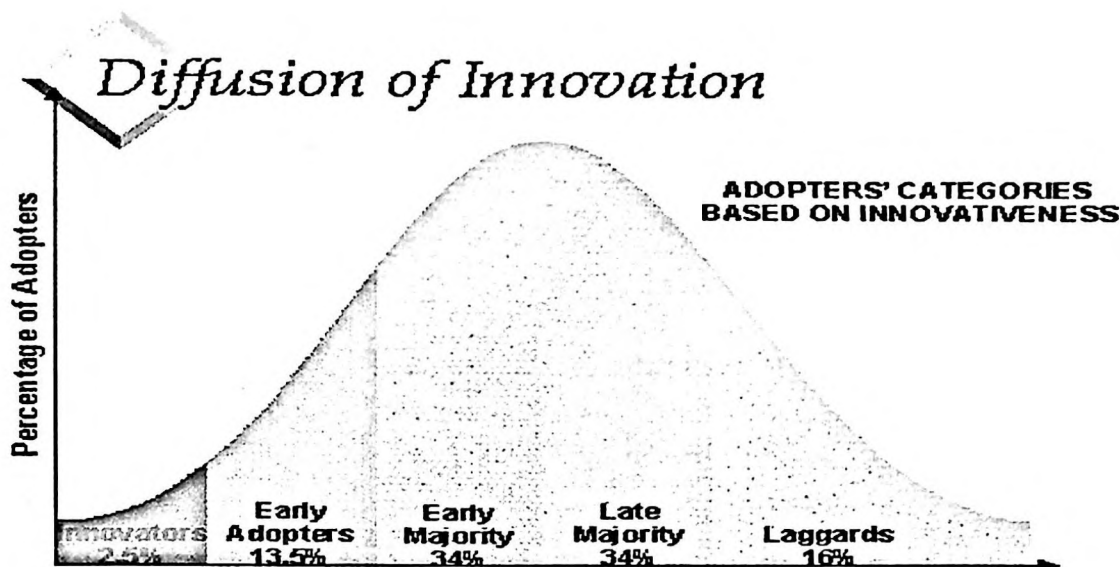


Figura 6 : As categorias de adotantes de Rogers

Segundo Rogers, os inovadores (innovators) teriam uma conotação de aventureiros, tendo um círculo social mais amplo, além do convívio considerado local. Dickerson e Gentry, que levantaram um rol de características de acordo com trabalhos anteriores, citam que os inovadores foram associados a uma gama bem ampla de atributos, indo desde desajustados, frustrados, até socialmente mais integrados. Uma possível explicação para essa gama tão grande de atributos, segundo ele, seria a de que os produtos considerados nesses estudos eram muito diferentes entre si.

Os adotantes precoces (Early Adopters) estariam mais integrados ao sistema social, sendo considerados líderes, procurados pelos outros quando precisam de conselhos sobre o que fazer.

A maioria precoce (Early Majority) não é composta por líderes de opinião, mas forma uma grande massa de adotantes, servindo como um grande foco difusor.

A **maioria tardia** (Late Majority) é composta de cépticos, que adotam apenas quando percebem que um grande número de indivíduos já adotou, considerando que não há mais riscos envolvidos nessa decisão.

Por último, os **Resistentes** são os tradicionalistas, que alteram a sua forma de fazer as coisas apenas quando percebem uma grande vantagem em relação à forma anteriormente usada. Estão muito apegados ao passado.

3.3.6 - O Processo de decisão com inovação

O processo de difusão de inovações, como proposto por Rogers, é o processo pelo qual um indivíduo, ou outra unidade qualquer de decisão, passa pelos seguintes estágios:

1. **Conhecimento** – é quando tem o primeiro contato com a inovação.
2. Formação de uma atitude em relação à inovação; uma opinião; uma **convicção**, tanto no sentido de adotar como de rejeitar³¹.
3. **Decisão** de adotar ou rejeitar.
4. **Implementação** da nova idéia, caso tenha decidido adotar.
5. **Confirmação** da decisão.

O comportamento do adotante em potencial, durante este processo, está ligado a dois pontos-chave:

- i. Lidar com a **incerteza**, normalmente associada aos riscos devido aos seus efeitos.

³¹ Preferimos traduzir “persuasion” por convicção porque em Português a palavra “persuasão” dá mais uma idéia de uma influência que vem de fora. Rogers afirma, p.167, que esta é uma fase onde predominam fatores internos ao indivíduo. Daí escolhermos a palavra convicção.

- ii. Percepção do quanto a inovação em questão é realmente uma novidade, quanto à função, estilo, etc.

3.3.6.1 - As Fases do Processo de Decisão

A evidência de estágios no processo de decisão foi encontrada em pesquisa de Rogers e Beal. Apesar de encontrarem casos em que alguns estágios não foram citados, três deles aparecem quase que de forma unânime: Conhecimento, Convicção e Decisão. Uma outra questão seria, como sabermos que este processo se aplicaria a categorias de indivíduos diferentes de agricultores, que foram o objeto da pesquisa citada. As pesquisas com médicos, professores e administradores escolares mostram que pelo menos as duas primeiras fases podem ser razoavelmente generalizadas. Ainda de acordo com Rogers, apenas os três últimos estágios ainda não foram muito estudados. (p.188)

A figura 7, adaptada de Rogers, p.163, reflete os principais fluxos decisórios no processo de decisão.

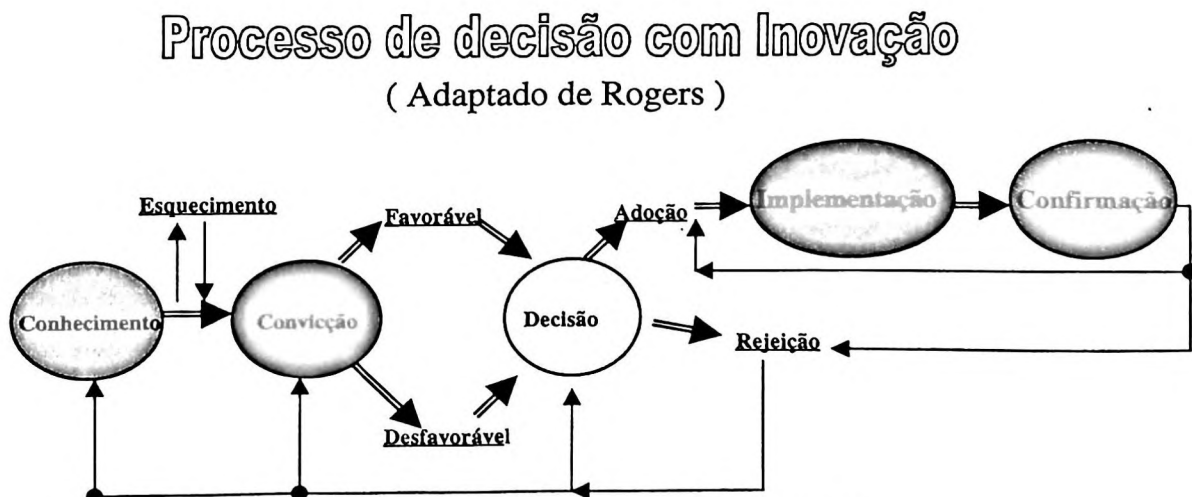


Figura 7: O Processo de Decisão com Inovação

1. Conhecimento

Os Tipos de Conhecimento e os Agentes de Mudança

O processo de decisão com inovações envolve basicamente as atividades de busca de informações e processamento dessas informações, com o objetivo de reduzir as incertezas quanto às vantagens e desvantagens, conhecendo a inovação e encontrando para ela uma razão de ser. São três os tipos de conhecimento: Conhecimento/Consciência, Conhecimento do “Como” e o Conhecimento dos Princípios.

O **Conhecimento/Consciência** é a informação da existência da inovação. Esse é o ponto de partida que leva o indivíduo à busca dos outros dois tipos de conhecimento. Como diz respeito aos atributos da inovação, este tipo de informação está mais restrito à primeira fase do processo de decisão, mas pode ocorrer nas outras fases, pois a qualquer instante, por algum meio de comunicação, pode vir à tona uma característica da inovação, desconhecida até então, que pode influenciar na decisão final.

Os que obtêm estes conhecimentos antes que outros têm as seguintes características (Rogers):

- Mais educação formal;
- Maior status socioeconômico.

O **Conhecimento do “Como”** diz respeito a como usar a inovação de forma correta. No caso de inovações mais complexas, esse tipo de conhecimento torna-se mais importante e se não for suficiente pode não ocorrer a tentativa e a adoção.

O **Conhecimento dos Princípios** consiste da informação relativa ao funcionamento da inovação em si e de quais princípios fundamentam a inovação. Por exemplo, no caso de um programa de computador, as informações diriam respeito à informática e a sistemas operacionais. As noções sobre biologia vegetal seriam importantes em relação a uma inovação referente a algum adubo ou pesticida. Muitas inovações são adotadas sem um conhecimento dos princípios, mas, se estes forem conhecidos, provavelmente não haverá mau uso e os eventuais problemas encontrados poderão ser mais facilmente resolvidos.

Os **Agentes de Mudança**, aqueles envolvidos em promover a adoção de uma inovação, atuam principalmente com os dois primeiros tipos de conhecimento, se bem que o conhecimento/consciência seria mais bem difundido por mídia de massa. Os Agentes de Mudança são essenciais para promover o conhecimento do “como”, principalmente na fase de **decisão** do processo. Raramente atuam com o Conhecimento de Princípios, supondo que estes conhecimentos foram, ou deveriam ter sido supridos, ao adotante em potencial, por outras entidades educacionais.

O estágio do conhecimento se inicia com algum estímulo que coloque a inovação em contato com o consumidor, fazendo com que ele tenha consciência de sua

existência e obtenha alguma compreensão de como ela funciona. O processo tem início com o contribuinte tomando conhecimento, primeiro, da **existência** da inovação, e depois dos seus aspectos mais gerais.

As causas teóricas desse contato com a inovação podem ter sido de dois tipos: uma necessidade do contribuinte ou a exposição acidental por meio da mídia de massa. Contudo, no caso das inovações, esta última forma é a mais comum, visto que é difícil ter-se necessidade de algo que ainda se desconhece. Aqui cabe a questão sobre o que vem antes, a necessidade ou a consciência? Alguns pesquisadores argumentam que a inovação é percebida por simples acidente, defendendo uma linha de conhecimento passivo na qual o indivíduo não tem como sentir necessidade de algo que não existe para ele. Outros,³² no entanto, acham que o indivíduo apenas se expõe àquelas coisas para as quais ele já tenha uma necessidade, uma predisposição, uma atitude favorável. Este comportamento está relacionado com o conceito de Exposição Seletiva. Por outro lado, mesmo que os indivíduos sejam expostos, ele não perceberá a inovação se não houver uma necessidade subjacente. É o conceito de Percepção Seletiva.

As pesquisas ainda não responderam clara e definitivamente a essas questões. O que se sabe é que, para algumas inovações, a exposição pode trazer uma necessidade, como, por exemplo, uma moda de vestuários, um quadro ou uma música. Para outras, como uma nova droga, a necessidade causa a busca e a conseqüentemente exposição. Neste estudo, partiu-se do princípio que é desta última forma que ocorre com a DME³³.

³² Hassinger apud Rogers.

³³ Essa posição é defendida com mais detalhes no capítulo 4.

Na Fase A³⁴, o contribuinte com certeza percebe a nova forma de se fazer a declaração, como uma inovação (descontínua), isto é, há uma grande e clara diferença entre os padrões usados anteriormente para essa função e os padrões que deverão ser empregados na proposta recém-conhecida.

Na Fase C, a única novidade é o ambiente Windows, que pode ter sido um fator positivo para atrair novos adeptos, assim como um obstáculo aos que não possuíam pelo menos um 386³⁵ ou para os aficionados do sistema operacional DOS que já não poderiam usar o programa para fazerem a declaração. Com o Windows foram resolvidos muitos dos problemas com impressão das declarações e recibos que ocorriam com a versão anterior em DOS por causa dos “drivers”.

As mídias de massa mais usadas foram jornais, revistas e programas de entrevistas na TV, sem que houvesse propaganda maciça³⁶ específica a respeito. Portanto um dos grupos sociais mais importantes que ficaram expostos foi o das pessoas de renda maior, mesmo porque, devido ao fenômeno de Percepção Seletiva, apenas para aqueles com renda suficientemente alta para não estarem isentos, a inovação faria sentido. Aqueles de renda alta, mas não usuários de PC's, provavelmente encerraram o processo de decisão neste ponto por impossibilidade de consideração futura da implementação.

³⁴ Fases A, B, C,D e E, referem-se ao quadro 1 do capítulo 2.

³⁵ O processador 386 da Intel possibilitou o mapeamento de memória necessário à implementação do Windows.

³⁶ O governo não costuma usar matéria paga para a DME. Na época de entrega de declarações essas notícias são parte da programação natural das mídias, consideradas como serviço público.

Um outro grupo que ficou exposto à informação de mídia foram os profissionais em ciências contábeis, para os quais a inovação trouxe ganho de eficiência no seu trabalho. Neste caso, os contribuintes que já usavam seus serviços na forma de papel, podem ter aceitado que a partir de então fosse utilizado o meio eletrônico. Naturalmente, se o profissional contábil tivesse acesso à Internet ele usaria esse meio, muito mais conveniente do que enfrentar filas de última hora.

Na Fase D da inovação, além das mídias de massa anteriormente citadas pode ter havido uma divulgação por alguns "sites" da Web. Dessa forma, foi possível à Receita Federal atingir um novo tipo de usuário (Internauta) que normalmente é um aficionado de novas tecnologias, ávido por experimentar, com renda alta e, portanto, um contribuinte adotante em potencial.

2. Convicção

Nesse estágio o indivíduo desenvolve uma atitude favorável ou desfavorável em relação à inovação. **Atitude**, segundo Rogers, é o conjunto, relativamente persistente, das crenças de um indivíduo que o predispõe a agir de determinada forma. Portanto, nesse estágio, o que predominam são os sentimentos e não a razão. O indivíduo se envolve mais psicologicamente com a inovação, buscando ativamente por informações. A **Percepção Seletiva** é importante neste estágio, pois é o que determina a percepção da inovação pelo indivíduo em relação às suas práticas usuais. Nesta fase

são considerados os atributos da inovação, dentre eles: vantagem relativa, compatibilidade, complexidade, experimentabilidade e observabilidade.

As mensagens de mídia de massa aqui não têm muito efeito, pois não fornecem o tipo de reforço que é necessário para confirmar as crenças pessoais do indivíduo, que quer comparar suas opiniões com outros³⁷.

Nem sempre uma atitude favorável determina uma decisão de adoção, assim como nem sempre uma atitude desfavorável acarreta uma rejeição. O indivíduo também pode sofrer pressões circunstanciais que o forcem a agir de uma determinada maneira. Por exemplo, no caso da DME ele pode não ter tido acesso à tecnologia ou ao programa. Assim também, pode ter desejado usar o formulário, mas não o encontrou nas papelarias e nos postos da Receita Federal de sua cidade.

Os indivíduos, após terem tomado o contato inicial com a inovação, passam a fazer uma primeira avaliação dos atributos da inovação, usando os seus sentimentos e conferindo suas opiniões por meio de contatos interpessoais. Há vantagem relativa em declarar por meio eletrônico? Quais são os riscos? Para alguns indivíduos uma declaração sem o uso de papel, assinaturas e carimbos de recebimentos pode ser incompatível com seus valores culturais sobre o que é seguro fazer.

Por outro lado, para aqueles que passaram da primeira fase sem descartar a inovação, a complexidade envolvida pode ser incompatível com sua educação, sua

³⁷ Rogers, p. 168.

ocupação principal, seus conhecimentos anteriores sobre informática ou com sua predisposição em aprender coisas novas.

Há também aqueles que, sem considerar outras coisas, não querem colaborar com os órgãos públicos achando que a declaração em meio eletrônico “coloca mais dentes na boca do leão”.

E quanto aos aspectos técnicos? Qual a imagem que a Receita Federal tem em relação aos seus sistemas de processamento de dados? Os mais afeitos à informática e os que usam a Internet estão mais predispostos a pensarem nestes termos do que os completamente leigos em informática quando da tomada de decisão.

3. Decisão

O estágio de decisão é caracterizado pela ocorrência de atividades com o intuito de chegar a uma adoção ou rejeição. A adoção é uma decisão de fazer uso pleno da inovação.

A rejeição pode ser de dois tipos (Eveland apud Rogers) ;

- Rejeição ativa - o indivíduo considera a adoção, pode até testá-la, mas depois a rejeita.
- Rejeição Passiva - o indivíduo nem sequer considera a adoção.

Os que chegam a esta fase do processo de decisão, estarão agora envolvidos em buscar informações mais aprofundadas sobre a inovação para poderem se decidir quanto à adoção ou rejeição. Estarão buscando por conhecimentos dos tipos “como

fazer” e “princípios”, diferentemente da primeira fase, na qual o conhecimento procurado era do tipo “o que”.

É aqui que os recursos cognitivos do contribuinte-consumidor são mais exercitados, especialmente a sua capacidade de lidar com a incerteza, que é uma característica de toda inovação. É a incerteza nos resultados advindos do seu uso que torna esse processo decisório diferente. Uma forma que os usuários potenciais podem empregar para diminuir essa incerteza é experimentando o produto, simulando o uso normal. O atributo da inovação que está envolvido aqui é o da “experimentabilidade” (trialability), visto anteriormente. O teste parcial pode ser substituído, às vezes, pela opinião de uma pessoa íntima ou de um líder de opinião na área. No caso da DME, pode-se testar sem nenhum compromisso pelo menos uma parte dela, que é o programa de computador que faz os cálculos.

Nos casos em que as dúvidas são geradas por “incertezas de informática”, isto pode resolver o problema. Se as incertezas forem relacionadas com o que acontece após a entrega da declaração, então os relacionamentos interpessoais e a ação dos agentes de mudança são a chave para que o usuário passe para a próxima fase do processo.

É por intermédio dos relacionamentos interpessoais que o indivíduo pode perguntar às pessoas sobre as suas experiências (se já tiverem passado por essa fase) ou suas opiniões. Os agentes de mudança, no caso os técnicos da Receita, realizam

uma função semelhante, porém não contam com a mesma credibilidade, pois supostamente, eles estariam interessados em forçar a mudança e poderiam, pela visão dos contribuintes, estar omitindo possíveis desvantagens na adoção da DME. Mais um fator importante estará agindo nesta fase, pois quando a SRF privilegia os contribuintes que entregam suas declarações por meio eletrônico com um menor prazo para terem suas restituições, a SRF está recompensando com um prazo curto, uma “moeda de valor”³⁸, o contribuinte que “cede” seus dados de uma forma que lhe seja mais favorável.

4. Implementação

A implementação é a colocação em uso da inovação pelo indivíduo; é a mudança de comportamento manifestada no sentido de adotar a inovação. A implementação, assim como poderia ocorrer no estágio da decisão favorável, pode ser obstada por diversos fatores, como a falta do produto, por exemplo.

Mesmo após a decisão de adotar, algumas questões permanecem abertas:

- Onde obter a inovação?
- Como usá-la efetivamente ?
- Como a inovação funciona na prática?

É aqui que o **Agente de Mudança** pode atuar, fornecendo respostas a essas questões.

³⁸ Schwartz,p.103.

Após ter tomado a decisão de adotar, o contribuinte ainda precisa resolver algumas questões de ordem prática. Diferentemente das fases anteriores, em que as atividades foram basicamente mentais, a implementação requer um comportamento aberto, declarado, pois a inovação será posta em prática. Ele terá de conseguir o programa, instalá-lo e usá-lo com seus próprios dados. Poderão surgir problemas de configuração e toda sorte de dificuldades operacionais. Mais uma vez, é nesta fase que os Agentes de Mudança podem intervir com sucesso em favor da adoção.

A implementação, contudo, pode não se seguir imediatamente à decisão. Os problemas podem ir desde não ter acesso a um microcomputador, a disponibilidade do programa, ou se o contribuinte não se enquadrar nos critérios de obrigatoriedade de entrega.

Um fenômeno que ocorre muitas vezes nesta fase é a reinvenção da inovação. Muitas inovações requerem que sejam adotadas sem modificações no seu uso e de fato essa era uma premissa (falsa) assumida nas pesquisas. Descobriu-se, contudo, que em boa parte dos casos há certa dose de reinvenção e devem ser consideradas quando falamos em adoção. A reinvenção pode ir desde uma interpretação diferente de um conceito até a eliminação de partes da inovação por não serem aplicáveis ou desejáveis.

Tem-se conhecimento que contribuintes usam o programa para gerarem os cálculos, para depois serem passados para os formulários de papel, o que demonstra

que há incertezas não resolvidas em relação ao que acontecerá após a entrega da declaração.

As agências responsáveis pela difusão normalmente não vêem a reinvenção com bons olhos, pois consideram que ninguém melhor do que elas sabem como usar a inovação. As reinvenções, por outro lado, não são necessariamente ruins, podendo trazer idéias que possibilitem o aperfeiçoamento da inovação original, desde que os agentes de mudança estejam abertos para receber tais colaborações.

Os indivíduos que adotam preferem que as inovações proporcionem um certo grau de personalização. De fato parece haver uma necessidade psicológica nos indivíduos no sentido da reinvenção³⁹. De qualquer forma, o contribuinte deverá despende tempo para implementar algo que também pode lhe economizar muito tempo, que poderá ser utilizado para outras atividades mais prazerosas.

O auto-atendimento, proporcionado pelo uso da Internet, favorece a implementação, adicionando mais valor à vantagem relativa da inovação, com a possibilidade da entrega virtual da declaração economizando tempo, podendo haver casos de contribuintes que se sintam **mais inseguros**, pois com essa modalidade não há mais carimbos⁴⁰ de recepção⁴¹, o que ainda ocorre nas entregas por disquetes nos postos receptores sem conexão com a Internet.

³⁹ A grande quantidade de “papéis de parede” para as telas de PC comprova isto.

⁴⁰ Apenas “carimbo” virtual.

O que determina o fim deste estágio é a inclusão da nova prática entre aquelas já consagradas pelo indivíduo. Neste ponto a inovação perde a característica de novidade. Para a maioria dos indivíduos esta também é a última fase do processo de decisão com inovações.

5. Confirmação

Para algumas inovações a fase vista anteriormente é a última fase do processo de decisão, na qual o produto é incorporado definitivamente aos padrões do indivíduo, acontecendo com as inovações que sejam mais fáceis de serem avaliadas. Porém, de forma geral, a implementação não é necessariamente o último estágio no processo de decisão com inovações. O normal é que mesmo após a adoção o indivíduo continue buscando informações que confirmem se sua decisão foi apropriada ou não. A busca é feita com a intenção de eliminar ou diminuir possíveis estados de dissonâncias. Como consequência dessa busca pode ocorrer a descontinuidade na adoção, isto é, rejeitar uma inovação após tê-la adotado. A descontinuidade pode ser de dois tipos: de **substituição** e de **desencantamento**.

Na substituição, a inovação é abandonada em prol de outra com mais vantagem, ou menos desvantagens. No segundo caso, a inovação é simplesmente rejeitada devido ao fato de os resultados não serem compatíveis com o esperado, havendo a possibilidade de terem sido causados pelo uso indevido.

⁴¹ O carimbo ainda pode ocorrer nos postos receptores de disquetes que não tenham conexão com a Internet.

No caso da DME, pode ocorrer a confirmação da decisão pela adoção também em anos posteriores, assim como uma volta ao método anterior caso o contribuinte tenha obtido resultados ruins.

Em 1997 soubemos de casos de declarações entregues pela Internet, em São Paulo, que chegaram como se não houvessem sido totalmente preenchidas, contendo apenas os dados cadastrais dos contribuintes. Houve também casos de um banco que recepcionou os disquetes dentro do prazo, porém os transmitiu para a Receita após as 24h00 o que ocasionou multas indevidas (e posteriormente corrigidas) por atraso de entrega. Dentro do universo total de contribuintes na cidade de São Paulo, o número dessas ocorrências não chega a ser significativo. Porém, se dentre essas pessoas houver líderes de opinião, isso poderá se refletir para muitas outras, da mesma forma que uma experiência positiva seria propagada como um reforço para os que estivessem na fase de decisão.

Um fator favorável à confirmação, é que os que entregaram suas declarações por meio eletrônico podem visitar o site da Receita para verificar o status de suas restituições ou da própria recepção. Nesse mesmo acesso ao site os contribuintes poderão ter contato com novas legislações ou instruções referentes aos impostos, leilões, etc., podendo ser também uma forma eficiente de contato com a comunidade de profissionais contábeis.

O auto-atendimento, por outro lado, é essencial para provocar no contribuinte um retorno constante ao site e um maior contato com a instituição. Seria algo semelhante a verificar o nosso e-mail de vez em quando para ver se há novidades.

Aliás, a partir de 1997⁴², o e-mail, fornecido opcionalmente na declaração, é considerado legalmente um outro domicílio do contribuinte, o qual a Receita poderia vir a utilizar em lugar do correio tradicional, o que diminuiria os custos e o tempo com remessas de notificações e comunicados da SRF. Essa interação com os contribuintes auxilia os usuários, provendo-os com versões atualizadas de programas para corrigir eventuais “bugs”, coisa que seria impraticável se fosse feita por meio de nova distribuição de disquetes.

3.4 - SUMÁRIO

Neste capítulo 3 são apresentadas as diversas tradições de pesquisa na área de Difusão de Inovação, suas abordagens alguns trabalhos importantes. Os conceitos principais da Teoria de Rogers são discutidos e a sua relação com a Declaração por Meios Eletrônicos.

⁴² Lei 9532/97, art. 67 altera Lei 70235/72, art. 23, III, § 4º

CAPÍTULO 4

Modelo de Pesquisa

4.1 - INTRODUÇÃO

O modelo de pesquisa tem como suporte principal a Teoria de Difusão de Inovação. Contudo, cabem algumas considerações relativas à Inovatividade de adotantes, em três de seus aspectos: conceito geral, contagem de tempo e categorias de adotantes em potencial.

4.1.1 Conceito de Inovatividade

Segundo a definição de Inovatividade de Rogers, p.22,

“Innovativeness is the degree to which an individual or other adopting unit is relatively earlier in adopting new ideas than the other members of a system”.

Midgley argumenta que o conceito de inovatividade proposto por Rogers é definido pela forma na qual ele é medido, criando uma espécie de tautologia. Midgley

propõe uma definição⁴³ na qual a inovatividade está relacionada com a decisão de inovar independentemente da experiência e da influência de outras pessoas.

Apesar de haver discordâncias entre os autores quanto a esse conceito, usaremos o de Rogers neste trabalho.

4.1.2 Contagem de tempo

Ao definir o Processo de Decisão com Inovação como o processo pelo qual o indivíduo passa, para eventualmente chegar à adoção, Rogers está dizendo que o início da contagem de tempo deve-se dar a partir do instante em que o indivíduo entrou nesse processo.

Partindo-se do princípio, de acordo com o modelo, de que o início é a fase de conhecimento, entende-se porque um número grande de estudos considera a data de liberação da inovação aos adotantes em potencial como início da contagem de tempo.

Contudo, na página 164, ao citar o conceito de **Percepção Seletiva** ele assume que há a possibilidade de que o conhecimento sobre a inovação ocorra em função da sua necessidade pelo adotante em potencial. Esta idéia também se depreende do trabalho de Presser, p.512, onde ele diz :

⁴³Midgley, 1977, página 49.

“An Innovator is now recognized as a person among a category of people within a defined geographical area who, at a given time, uses a new idea before some percentage of the people to whom that idea is applicable.”

Isto é, não há sentido em classificar como não-adotante, ou resistente, um indivíduo que não precisa da inovação.

Considerando que o lançamento da DME foi em 1991, qualquer estudo de inovatividade deveria ter como universo somente as pessoas que tiveram que declarar em 1991. Alguém com 22 anos de idade, por exemplo, que adotou em 1997 não poderia entrar nessa classificação, pois em 1991 provavelmente não precisou declarar.

Este aspecto raramente é explicitado nos estudos, normalmente pela dificuldade em se levantar, para as inovações em geral, dados sobre a necessidade dos adotantes em relação ao produto ou serviço.

É com essa motivação que introduzimos o conceito de **Gerações de Adotantes em Potencial** :

São conjuntos de contribuintes que em um dado ano têm a necessidade de declarar.

Assim, operacionalizando esse conceito, um contribuinte pertence a uma determinada geração X quando ele declara pela primeira vez no ano X, seja em

formulário seja em meio eletrônico. Neste estudo teremos as gerações de 96, 97, 98 e 99. Dessa forma, a inovatividade será medida entre contribuintes de uma mesma geração. Poderemos então, considerando os adotantes de cada geração, comparar as características dos que adotaram no primeiro ano com as características dos que adotaram no segundo ano, por exemplo.

Agora estamos no ponto certo para tratar do último dos três conceitos referidos no começo deste capítulo.

4.1.3 Categorias de Adotantes em Potencial

Este aspecto diz respeito a como definir os limites que determinam cada categoria. A proposta de Rogers (2,5%, 13,5%, 34%, 34%, 16%), sugerida como uma padronização, nem sempre é viável.

No caso de inovações contínuas, e teoricamente se a curva de adoção fosse aproximadamente normal, seria sempre possível usar-se as categorias de Rogers, pois se o processo de adoção se inicia do zero, vai existir um tempo t_1 onde ela vai alcançar os 2,5%, assim como um t_2 quando alcançar os 13,5% e assim sucessivamente.

Mesmo quando isto é possível, há casos de estudos de Marketing onde aquelas categorias são agregadas ou então se consideram porcentagens diferentes. Kenneth, por exemplo, usou 16% para os “Innovators”, 60% para “Outros adotantes” e 24%

para “Laggards”. Summers juntou “Innovators” (2,5%) com “Early Adopters”. Robertson e Kennedy chamaram os primeiros 10% de “Innovators”.

Ao invés de se definir a porcentagem como ponto de partida, outras formas são escolhidas pelos pesquisadores. Pessemier, Burger e Tigert definiram “early buyers” como aqueles que adotassem nos primeiros 70 dias contados a partir do lançamento do produto. Loy classificou os adotantes em “Innovators” (adotantes durante os primeiros dois anos após o aparecimento da inovação), “Early Majority” (adotantes no 3º e 4º anos), “Late Majority” (adotantes do 5º ao 8º ano) e “Laggards” (adotantes no 9º e 10º ano). Arndt usou os primeiros dois dias, o período entre o terceiro e o nono dia, o período entre o décimo e o décimo sexto dia para estudar o que ele denominou de “Pioneers”, “Early Adopters” e “Later Adopters” respectivamente. Feldman e Armstrong, de forma mista, definiram os “early buyers” como os primeiros 2500 compradores e os “late buyers” como aqueles que adotassem o produto após 18 meses de sua introdução no mercado.

No caso da DME, a adoção só pode ocorrer em um período determinado, uma vez por ano. É um caso de adoção descontínua. Por isso, e considerando ainda os argumentos acima, no presente estudo as categorias de adotantes são definidas pelos próprios anos dos exercícios de entrega das declarações.

4.2 - VARIÁVEIS

Antes de entrarmos na definição das variáveis, é importante deixar claro alguns conceitos que serão utilizados neste trabalho.

Inovação, o tema do presente estudo, é definido por Rogers da seguinte maneira:

“É uma idéia, prática ou objeto que é percebida como nova pelo indivíduo ou por qualquer outra unidade de adoção”.

De acordo com o discutido até aqui, a DME se enquadra neste conceito, sendo uma inovação tecnológica.

Inovador é aquela categoria de adotante que tem uma tendência a adotar uma inovação antes do que o resto do sistema social a que ele pertence. Inovador, portanto, neste trabalho, diz respeito a quem adota e não a quem inventa ou promove algo novo.

Agente de Mudança (Change Agent) é o indivíduo, ou organização, envolvidos e interessados em promover a adoção de inovações por indivíduos ou qualquer outra unidade de adoção.

Contribuinte é a pessoa física, declarante de imposto sobre a renda. No nosso caso em particular, é também o morador da cidade de Campinas.

4.2.1 Variáveis Dependentes

A variável principal tratada neste estudo é a inovatividade. Contudo, só há sentido em falarmos de inovatividade quando ocorrer a adoção. Assim, definiremos essas duas variáveis dependentes.

4.2.1.1 Adoção

Conceito: é um dos dois resultados possíveis do Processo de Decisão para Inovação. É a decisão de usar plenamente uma nova idéia ou produto.

Operacionalização: Entregar pela 1ª vez a declaração de IR usando a DME.

Em relação ao conceito de adoção cabe ainda considerar que o pressuposto é que ela ocorre de forma individual. O motivo básico atrás disso é que a declaração de IR traz informações sigilosas o que levaria as pessoas a manter sigilo nessa operação, havendo, supostamente, uma tendência a realizarem a adoção de forma individual.

Contudo, todos sabemos que em muitos casos as pessoas pedem ajuda a conhecidos ou parentes quando declaram. Presume-se que estes casos ocorram com contribuintes de menor renda. Os de maior renda podem recorrer a profissionais contábeis, mas nesse caso as ocupações deverão estar mais restritas àquelas menos técnicas.

4.2.1.2 Inovatividade (Innovativeness)

Conceito: é grau em que um indivíduo, ou qualquer outra unidade de adoção é relativamente mais precoce, na adoção de uma inovação, do que outros membros pertencentes a um mesmo sistema social.

Operacionalização: É o ano, dentro de uma Geração de Adotantes em Potencial, no qual o contribuinte adota a inovação. Assim, dentro de uma mesma Geração, se um contribuinte adotar no primeiro ano ele terá um grau de inovatividade igual a “5”; se adotar no segundo ano, um grau “4” e assim até o grau “1”. Como este estudo abrange os anos de 1996 a 2000, apenas a Geração de 1996 terá todos os tipos de adotantes. A Geração de 1999, por exemplo, terá dois tipos (5 e 4) e a de 2000, apenas um (5)⁴⁴.

4.2.2 Variáveis Independentes

Com objetivo de fazer este estudo de forma a ser aproveitado pelos Órgãos Públicos, as variáveis escolhidas são aquelas que normalmente estão disponíveis a eles. Dividimos essas variáveis em dois grupos (Dutton, Rogers, Jun):

1. As de Características Pessoais

- Idade
- Sexo

2. As de Status Social

- Renda
- Ocupação

⁴⁴ Como já citado anteriormente, não utilizaremos a Geração de 2000 nas comparações, pois não há ainda outro ano para comparar.

4.2.2.1 Idade e Sexo

É a idade do contribuinte no ano em que ele adota a DME. Vários estudos mostram alta correlação com a idade considerada dessa forma (Danko, Venkatraman, Labay) e alguns não (Flynn).

Nas análises estatísticas foram usados os códigos “0” para as mulheres e “1” para os homens.

4.2.2.2 Renda

É o rendimento médio anual, tributável, informado pelo contribuinte.

4.2.2.3 Ocupação

Baseado no código declarado pelo contribuinte como sua principal atividade econômica, de acordo com a tabela dos manuais de Imposto de Renda que é baseada no Código Brasileiro de Ocupações, as ocupações serão divididas em apenas duas categorias :

- aquelas mais relacionadas com o conhecimento (White-collar)
- aquelas mais relacionadas com a matéria física. (Blue-Collar)

Desta forma tentaremos relacionar a adoção com uma maior ou menor proximidade a computadores e softwares aplicativos.

4.3 - HIPÓTESES DA PESQUISA

H_{0,1} : Não há relação entre a inovatividade e o Sexo dos Adotantes.

H_{0,2} : Não há relação entre a inovatividade e o tipo de Ocupação dos Adotantes.

H_{0,3} : Não há relação positiva entre a inovatividade e a Renda dos Adotantes.

H_{0,4} : Não há relação negativa entre a inovatividade e a Idade dos Adotantes.

4.4 - FORMA GRÁFICA DO MODELO DE PESQUISA

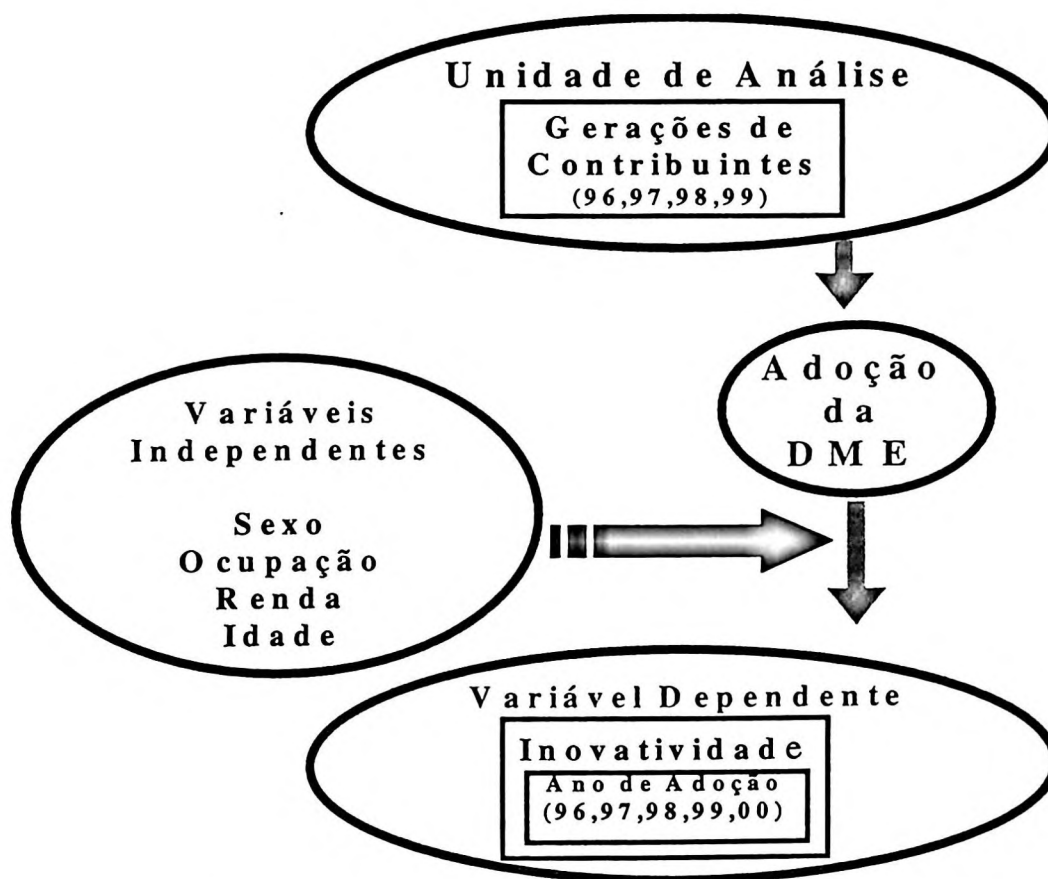


Figura 8: Forma Gráfica do Modelo de Pesquisa

4.5 - MÉTODOS

4.5.1 Introdução

A pesquisa proposta tem um aspecto basicamente exploratório visto que não foram encontrados na bibliografia estudos com contribuintes para comparações de resultados. Por outro lado, testaremos algumas hipóteses verificadas em estudos de difusão de inovação numa tentativa de estender aqueles resultados para a pesquisa em pauta.

4.5.2 Estratégia de Coleta de Dados

Na impossibilidade prática de obter estes dados dos sistemas da Receita Federal, a pesquisa foi baseada no levantamento de dados (“Survey”) por meio de entrevistas com amostragem por conveniência. É basicamente um método de amostragem não-probabilístico com o objetivo de colher o maior número possível de dados de uma forma conveniente para o pesquisador.

Campinas é uma cidade com cerca de um milhão e meio de habitantes dos quais cerca de duzentos mil são contribuintes do imposto de renda.

Foram entrevistados mais de 600 contribuintes entre maio e julho de 2000, dentre os quais foram mantidos 573 como amostra da pesquisa.

Sendo assim, os dados serão primários por natureza, obtidos através de entrevista individual, e pessoal, junto a contribuintes da cidade de Campinas. Através de planilha⁴⁵ o entrevistador anotava os seguintes dados dos contribuintes:

1. Sexo.
2. Ano de nascimento.
3. Ano em que declarou pela primeira vez.
4. Ano em adotou pela primeira vez o meio Eletrônico (DME).
5. Tipo do Meio Eletrônico (Disquete, Internet, Telefone, Form On-line).
6. Código de Ocupação.
7. Natureza da Ocupação.
8. Renda Anual Aproximada.

As questões a serem respondidas são fechadas e objetivas dependendo apenas da lembrança dos respondentes. Como um dos objetivos secundários é avaliar a possibilidade de usar apenas dados disponíveis aos órgãos de governo para se analisar a difusão dessa inovação, não se tentou obter dados adicionais que poderiam ajudar na análise e uso das variáveis acima citadas.

Os entrevistadores são amigos, colegas e familiares do autor que se dispuseram a estar sempre carregando uma planilha e entrevistando as pessoas quando pudessem. Os locais foram escolhidos por conveniência, incluindo supermercados, Shopping Centers e vizinhanças da Delegacia da Receita Federal de Campinas.

⁴⁵ Vide modelo do instrumento utilizado no Anexo 1.

Os entrevistadores se aproximavam das pessoas perguntando se poderiam responder algumas questões para uma pesquisa de aluno de Pós-Graduação da USP e que não levaria mais do que 5 minutos. Explicava-se então que a pessoa não precisaria identificar-se e que o assunto era sobre Declaração de Imposto de Renda em Meio Eletrônico.

A informação sobre a Renda foi propositalmente deixada para o fim da entrevista. Com isso tentou-se evitar chocar e assustar o entrevistado logo de início, dando tempo para se acostumar e confiar mais no entrevistador.

4.5.3 Tratamento e Processamento dos Dados

A Planilha de Entrevistas e a Tabela de Ocupação estão nos Anexos 1 e 2, respectivamente.

Os dados foram digitados numa planilha Excel à medida em estavam sendo coletados e filtrados para depois serem importados pelo SPSS para análise estatística.

4.6 - SUMÁRIO

O capítulo 4 apresentou o modelo de pesquisa, definindo o conceito de gerações de adotantes e sua motivação. As variáveis dependentes e independentes foram operacionalizadas e quatro hipóteses foram definidas. Os métodos de pesquisa foram descritos.

CAPÍTULO 5

ANÁLISE DE DADOS

5.1 - ANÁLISE DESCRITIVA

5.1.1 Composição da Amostra Total

Da amostra participaram 573 contribuintes os quais foram divididos em cinco gerações:

- Geração 1996 – os que optaram pela primeira vez em 1996.
- Geração 1997 – os que optaram pela primeira vez em 1997.
- Geração 1998 – os que optaram pela primeira vez em 1998.
- Geração 1999 – os que optaram pela primeira vez em 1999.
- Geração 2000 – os que optaram pela primeira vez em 2000.

O que determina a inclusão de um contribuinte em uma geração é o fato de ele ter declarado pela primeira vez naquele ano, sob qualquer uma das formas disponíveis.

Em cada uma dessas gerações há até cinco classes⁴⁶ de inovadores e há os não-adoptantes :

- Os “5” - os que adotaram na 1ª vez em que optaram. Neste trabalho, é a classe mais alta de inovadores.
- Os “4” – os que adotaram na 2ª vez em que optaram.
- Os “3” – os que adotaram na 3ª vez em que optaram.
- Os “2” – os que adotaram na 4ª vez em que optaram.
- Os “1” – os que adotaram na 5ª vez em que optaram. São os menos inovadores.
- Não Adotantes – os que, até 2000, não haviam ainda adotado a DME.

A Tabela 1 é um sumário de todas as gerações mostrando as possibilidades de adoção, enquanto que a Tabela 2 mostra as quantidades encontradas na amostra para cada classe de adotante assim como os não adotantes.

		Adotantes				
		96	97	98	99	2000
Gerações	96	5	4	3	2	1
	97		5	4	3	2
	98			5	4	3
	99				5	4
	2000					5

Tabela 1: Classificação de Contribuintes quanto à Inovatividade.

	96	97	98	99	2000	Total	Não Adot	Total
96	47	20	17	20	3	107	7	114
97		76	19	13	5	113	4	117
98			126	12	4	142	10	152
99				102	2	104	5	109
2000					81	81	0	81
Totais	47	96	162	147	95	547	26	573

Tabela 2: Quantitativos por Geração e por Ano de Adoção

⁴⁶ Vide operacionalização de inovatividade no capítulo 4.

As Figuras abaixo, 8 a 12, mostram graficamente como se distribuem na amostra os valores das variáveis independentes.

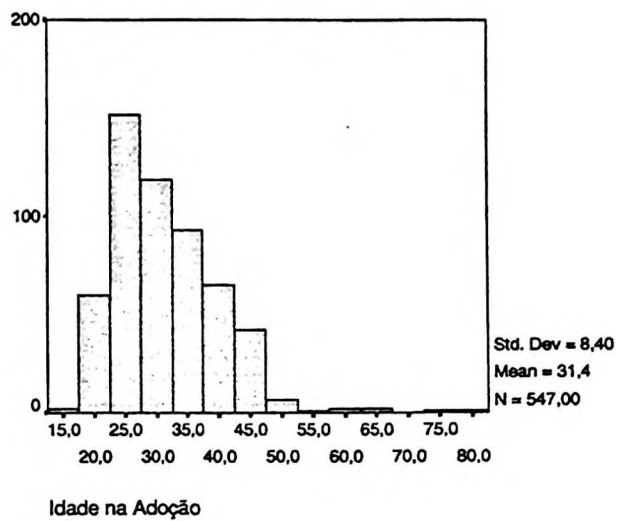


Figura 9 : Histograma – Amostra Total - Idade na Adoção.

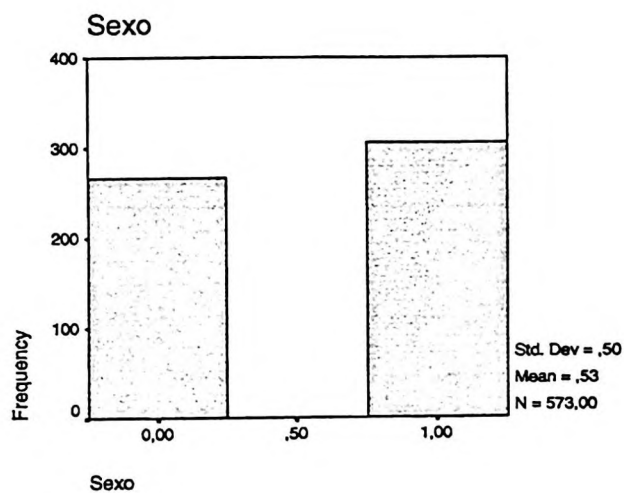


Figura 10 : Histograma - Amostra Total – Sexo (M=1; F=0)

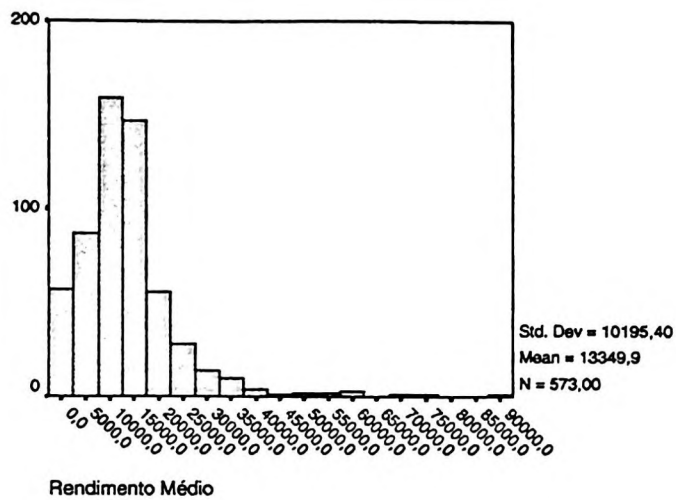


Figura 11: Histograma - Amostra Total – Rendimentos

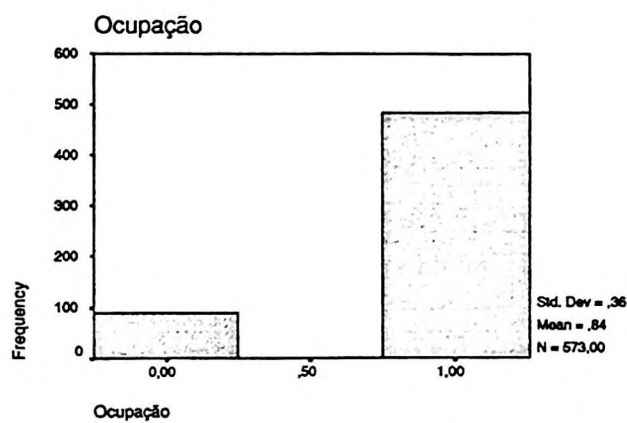


Figura 12 : Histograma - Amostra Total - Ocupação (WC=1;BC=0)

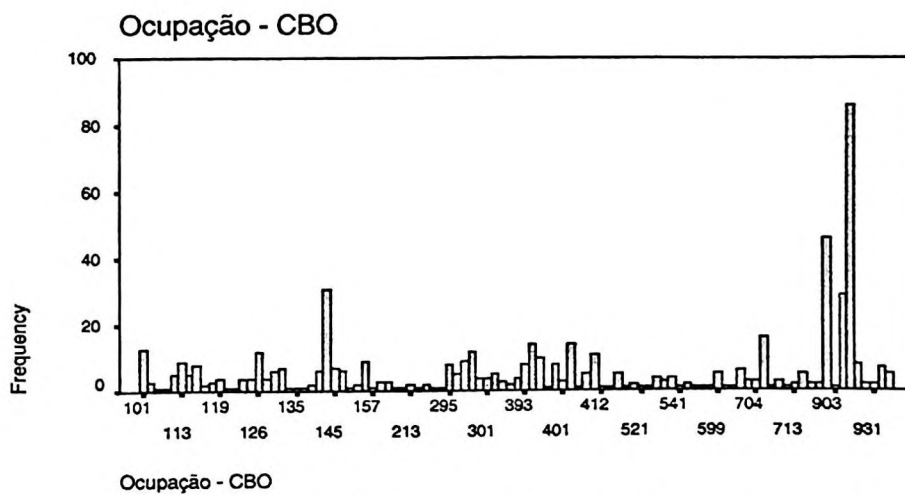


Figura 13 : Histograma - Amostra Total - Ocupação - CBO⁴⁷

⁴⁷ Esta variável foi apenas a base da classificação para geração da variável “Ocupação (WC/BC)” e não será avaliada estatisticamente.

5.1.2 Composição da Amostra por Gerações de Adotantes

A seguir examinaremos a média de cada uma das variáveis independentes vistas acima, mas agora em relação às gerações.

Tabelas de Médias das Variáveis Independentes

Geração: 1996

	N	Mean	Std. Deviation	% of Total N	Minimum	Maximum
Sexo	114	,61	,49	19,9%	0	1
Idade na Adoção	107	34,13	8,64	19,6%	20	73
Rendimento Médio	114	\$15,894.74	\$12,998.60	19,9%	\$0	\$73,400
Ocupação	114	,92	,27	19,9%	Blue Collar	White Collar

Tabela 3 : Média das Variáveis Independentes na Geração 1996.

Geração: 1997

	N	Mean	Std. Deviation	% of Total N	Minimum	Maximum
Sexo	117	,53	,50	20,4%	0	1
Idade na Adoção	113	32,74	8,73	20,7%	17	65
Rendimento Médio	117	\$13,535.90	\$8,779.95	20,4%	\$0	\$51,100
Ocupação	117	,84	,37	20,4%	Blue Collar	White Collar

Tabela 4 : Média das Variáveis Independentes na Geração 1997

Geração: 1998

	N	Mean	Std. Deviation	% of Total N	Minimum	Maximum
Sexo	152	,53	,50	26,5%	0	1
Idade na Adoção	142	31,41	8,81	26,0%	16	82
Rendimento Médio	152	\$13,544.08	\$8,366.01	26,5%	\$0	\$69,700
Ocupação	152	,79	,41	26,5%	Blue Collar	White Collar

Tabela 5 : Média das Variáveis Independentes na Geração 1998

Geração: 1999

	N	Mean	Std. Deviation	% of Total N	Minimum	Maximum
Sexo	109	,50	,50	19,0%	0	1
Idade na Adoção	104	29,54	7,14	19,0%	18	51
Rendimento Médio	109	\$12,336.70	\$11,684.63	19,0%	\$0	\$89,900
Ocupação	109	,85	,36	19,0%	Blue Collar	White Collar

Tabela 6 : Média das Variáveis Independentes na Geração 1999

Geração: 2000

	N	Mean	Std. Deviation	% of Total N	Minimum	Maximum
Sexo	81	,49	,50	14,1%	0	1
Idade na Adoção	81	28,60	6,99	14,8%	18	45
Rendimento Médio	81	\$10,498.77	\$7,574.62	14,1%	\$0	\$39,200
Ocupação	81	,84	,37	14,1%	Blue Collar	White Collar

Tabela 7 : Média das Variáveis Independentes na Geração 2000

5.1.2.1 Gráficos de Médias das Variáveis Independentes

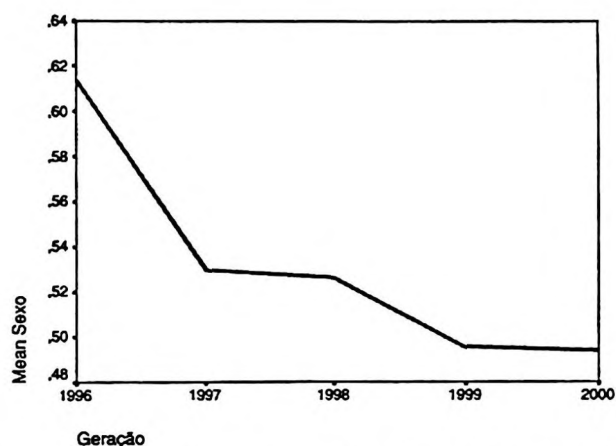


Figura 14 : Distribuição da Média pelas Gerações - Sexo.

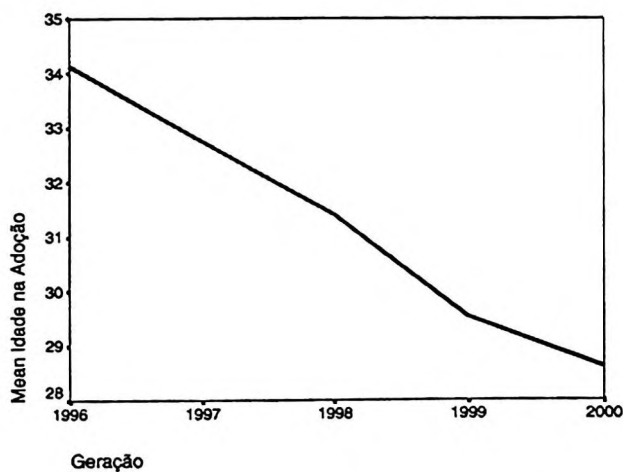


Figura 15 : Distribuição da Média pelas Gerações – Idade

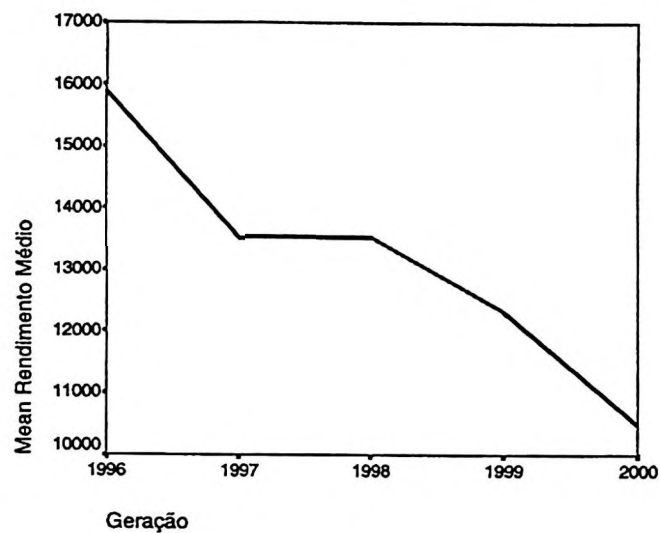


Figura 16 : Distribuição da Média pelas Gerações - Rendimento.

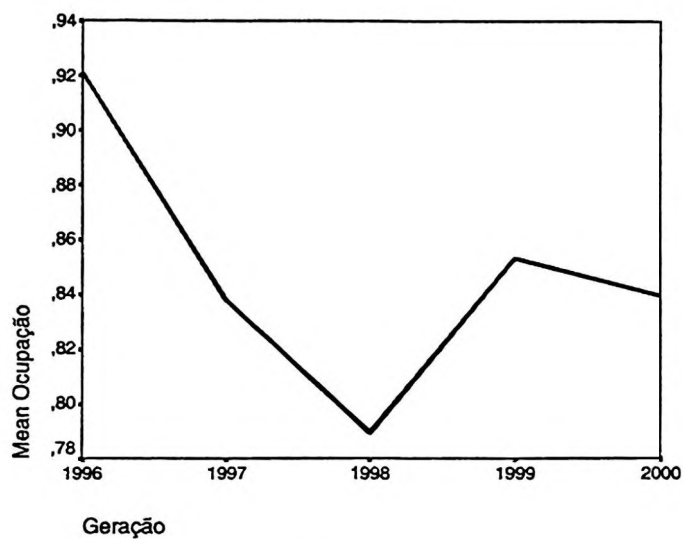


Figura 17 : Distribuição da Média pelas Gerações – Ocupação W/B

5.2 - TESTES DE HIPÓTESES

5.2.1 Hipótese 1

$H_{0,1}$: Não há relação entre a Inovatividade e o Sexo dos Adotantes.

Para esta hipótese usaremos o teste do Qui-quadrado para cada geração. Cumpre observar que a geração de 2000 não será testada visto que não pode ser comparada com anos subsequentes já que não existem dados ainda.

5.2.1.1 Geração 1996

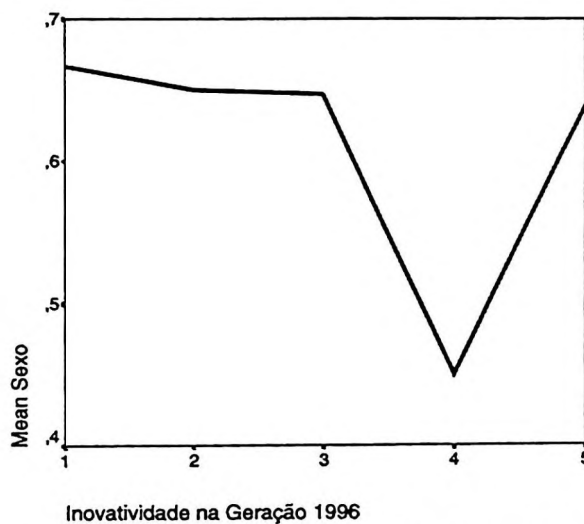


Figura 18 : Inovatividade x Sexo - Geração 1996

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Sexo * Inovatividade na Geração 1996	107	18,7%	466	81,3%	573	100,0%

Tabela 8 : Hipótese 1 – Sexo – Geração 1996 – Sumário

Sexo * Inovatividade na Geração 1996 Crosstabulation

		Inovatividade na Geração 1996					Total
		1	2	3	4	5	
Sexo 0	Count	1	7	6	11	17	42
	Expected Count	1,2	7,9	6,7	7,9	18,4	42,0
	% within Sexo	2,4%	16,7%	14,3%	26,2%	40,5%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1996	33,3%	35,0%	35,3%	55,0%	36,2%	39,3%
1	Count	2	13	11	9	30	65
	Expected Count	1,8	12,1	10,3	12,1	28,6	65,0
	% within Sexo	3,1%	20,0%	16,9%	13,8%	46,2%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1996	66,7%	65,0%	64,7%	45,0%	63,8%	60,7%
Total	Count	3	20	17	20	47	107
	Expected Count	3,0	20,0	17,0	20,0	47,0	107,0
	% within Sexo	2,8%	18,7%	15,9%	18,7%	43,9%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1996	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 9 : Hipótese 1 – Sexo – Geração 1996 – Qui-quadrado

Chi-Square Tests

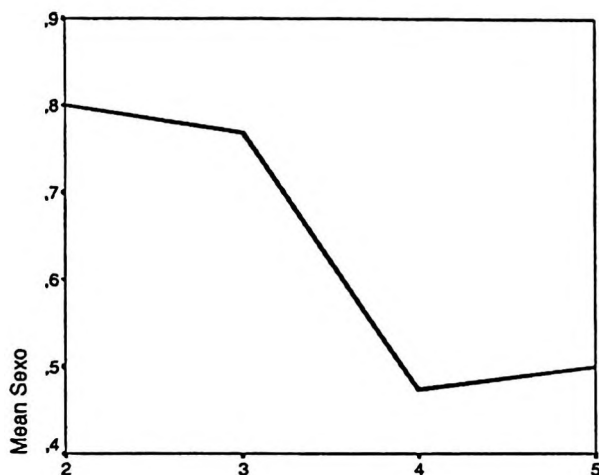
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,575 ^a	4	,631
Likelihood Ratio	2,521	4	,641
Linear-by-Linear Association	,053	1	,818
N of Valid Cases	107		

a. 2 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,18.

Tabela 10 : Hipótese 1 – Sexo – Geração 1996 – Significância

Ao nível de significância de 5% não se pode rejeitar $H_{0,1}$. Portanto, não existe, estatisticamente, provas de que haja relação entre a Inovatividade, da forma que foi medida, e o sexo dos adotantes.

5.2.1.2 Geração 1997



Inovatividade na Geração 1997

Figura 19 : Inovatividade x Sexo - Geração 1997

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Sexo * Inovatividade na Geração 1997	113	19,7%	460	80,3%	573	100,0%

Tabela 11 : Hipótese 1 – Sexo – Geração 1997 - Sumário

Sexo * Inovatividade na Geração 1997 Crosstabulation

		Inovatividade na Geração 1997				Total
		2	3	4	5	
Sexo 0	Count	1	3	10	38	52
	Expected Count	2,3	6,0	8,7	35,0	52,0
	% within Sexo	1,9%	5,8%	19,2%	73,1%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1997	20,0%	23,1%	52,6%	50,0%	46,0%
1	Count	4	10	9	38	61
	Expected Count	2,7	7,0	10,3	41,0	61,0
	% within Sexo	6,6%	16,4%	14,8%	62,3%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1997	80,0%	76,9%	47,4%	50,0%	54,0%
Total	Count	5	13	19	76	113
	Expected Count	5,0	13,0	19,0	76,0	113,0
	% within Sexo	4,4%	11,5%	16,8%	67,3%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1997	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 12 : Hipótese 1 – Sexo – Geração 1997 – Qui-quadrado

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,936 ^a	3	,177
Likelihood Ratio	5,239	3	,155
Linear-by-Linear Association	3,516	1	,061
N of Valid Cases	113		

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,30.

Tabela 13 : Hipótese 1 – Sexo – Geração 1997 – Significância

Aqui também não podemos rejeitar H_0 . Contudo, o nível de significância é bem maior do que no ano de 1996.

5.2.1.3 Geração 1998

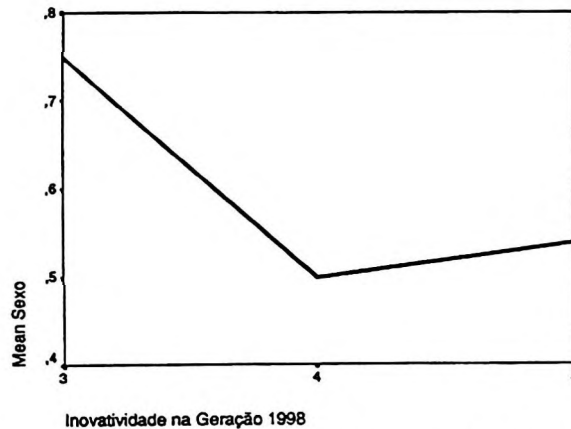


Figura 20 : Inovatividade x Sexo - Geração 1998

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Sexo * Inovatividade na Geração 1998	142	24,8%	431	75,2%	573	100,0%

Tabela 14 : Hipótese 1 – Sexo – Geração 1998 – Sumário

Sexo * Inovatividade na Geração 1998 Crosstabulation

		Inovatividade na Geração 1998			Total
		3	4	5	
Sexo 0	Count	1	6	58	65
	Expected Count	1,8	5,5	57,7	65,0
	% within Sexo	1,5%	9,2%	89,2%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1998	25,0%	50,0%	46,0%	45,8%
1	Count	3	6	68	77
	Expected Count	2,2	6,5	68,3	77,0
	% within Sexo	3,9%	7,8%	88,3%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1998	75,0%	50,0%	54,0%	54,2%
Total	Count	4	12	126	142
	Expected Count	4,0	12,0	126,0	142,0
	% within Sexo	2,8%	8,5%	88,7%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1998	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 15 : Hipótese 1 – Sexo – Geração 1998 – Qui-quadrado

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,785 ^a	2	,675
Likelihood Ratio	,826	2	,662
Linear-by-Linear Association	,212	1	,645
N of Valid Cases	142		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,83.

Tabela 16 : Hipótese 1 – Sexo – Geração 1998 – Significância

Não podemos rejeitar H_0 para a geração 1998.

5.2.1.4 Geração 1999

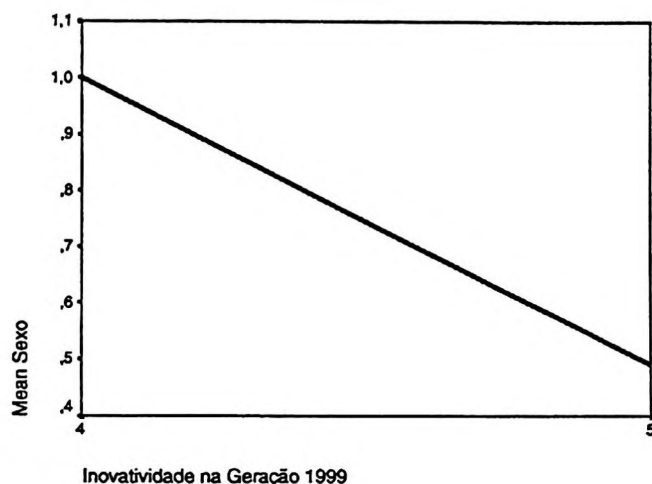


Figura 21 : Inovatividade x Sexo - Geração 1999

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Sexo * Inovatividade na Geração 1999	104	18,2%	469	81,8%	573	100,0%

Tabela 17 : Hipótese 1 – Sexo – Geração 1999 – Sumário

Sexo * Inovatividade na Geração 1999 Crosstabulation

		Inovatividade na Geração 1999		Total
		4	5	
Sexo 0	Count	0	52	52
	Expected Count	1,0	51,0	52,0
	% within Sexo	,0%	100,0%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1999	,0%	51,0%	50,0%
1	Count	2	50	52
	Expected Count	1,0	51,0	52,0
	% within Sexo	3,8%	96,2%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1999	100,0%	49,0%	50,0%
Total	Count	2	102	104
	Expected Count	2,0	102,0	104,0
	% within Sexo	1,9%	98,1%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1999	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 18 : Hipótese 1 – Sexo – Geração 1999 – Qui-quadrado

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,039 ^b	1	,153		
Continuity Correction ^a	,510	1	,475		
Likelihood Ratio	2,812	1	,094		
Fisher's Exact Test				,495	,248
Linear-by-Linear Association	2,020	1	,155		
N of Valid Cases	104				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,00.

Tabela 19 : Hipótese 1 – Sexo – Geração 1999 – Significância

Portanto, não se pode rejeitar $H_{0,1}$.

5.2.2 Hipótese 2

$H_{0,2}$: Não há relação entre a Inovatividade e o Tipo de Ocupação dos Adotantes.

5.2.2.1 Geração 1996

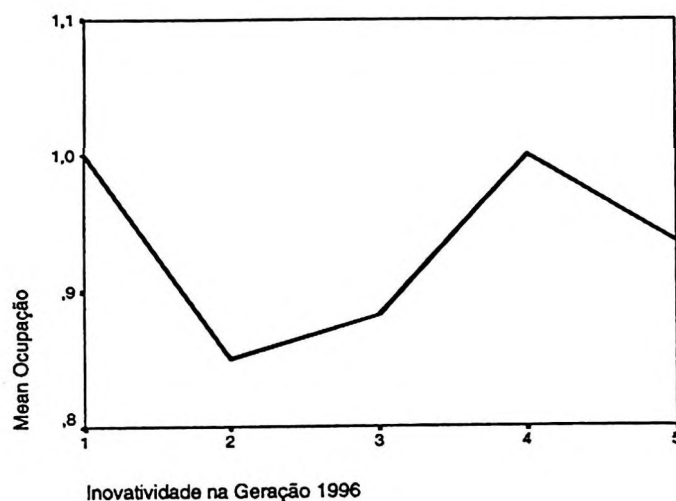


Figura 22 : Inovatividade x Ocupação - Geração 1996

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Ocupação * Inovatividade na Geração 1996	107	18,7%	466	81,3%	573	100,0%

Tabela 20 : Hipótese 2 – Ocupação W/B – Geração 1996 – Sumário

Ocupação * Inovatividade na Geração 1996 Crosstabulation

		Inovatividade na Geração 1996					Total
		1	2	3	4	5	
Ocupação Blue Collar	Count	0	3	2	0	3	8
	Expected Count	,2	1,5	1,3	1,5	3,5	8,0
	% within Ocupação	,0%	37,5%	25,0%	,0%	37,5%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1996	,0%	15,0%	11,8%	,0%	6,4%	7,5%
White Collar	Count	3	17	15	20	44	99
	Expected Count	2,8	18,5	15,7	18,5	43,5	99,0
	% within Ocupação	3,0%	17,2%	15,2%	20,2%	44,4%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1996	100,0%	85,0%	88,2%	100,0%	93,6%	92,5%
Total	Count	3	20	17	20	47	107
	Expected Count	3,0	20,0	17,0	20,0	47,0	107,0
	% within Ocupação	2,8%	18,7%	15,9%	18,7%	43,9%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1996	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 21 : Hipótese 2– Ocupação W/B – Geração 1996 – Qui-quadrado

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,028 ^a	4	,402
Likelihood Ratio	5,344	4	,254
Linear-by-Linear Association	1,095	1	,295
N of Valid Cases	107		

a. 6 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,22.

Tabela 22 : Hipótese 2 – Ocupação W/B – Geração 1996 – Significância

Não podemos rejeitar $H_{0,2}$ para a geração 1996.

5.2.2.2 Geração 1997

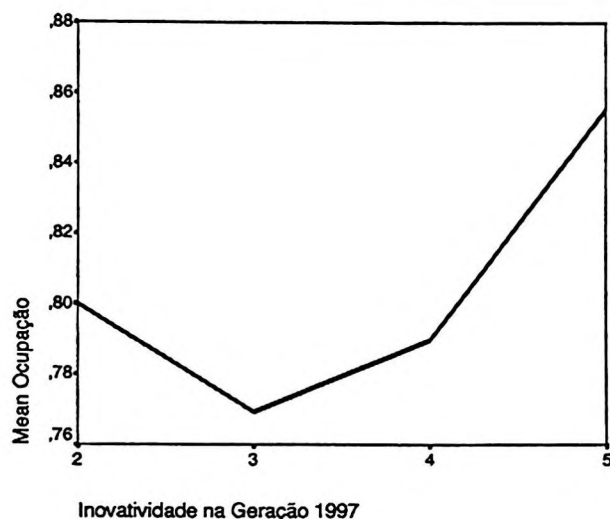


Figura 23 : Inovatividade x Ocupação - Geração 1997

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Ocupação * Inovatividade na Geração 1997	113	19,7%	460	80,3%	573	100,0%

Tabela 23 : Hipótese 2 – Ocupação W/B – Geração 1997 – Sumário

Ocupação * Inovatividade na Geração 1997 Crosstabulation

			Inovatividade na Geração 1997				Total
			2	3	4	5	
Ocupação Blue Collar	Count		1	3	4	11	19
	Expected Count		,8	2,2	3,2	12,8	19,0
	% within Ocupação		5,3%	15,8%	21,1%	57,9%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1997		20,0%	23,1%	21,1%	14,5%	16,8%
White Collar	Count		4	10	15	65	94
	Expected Count		4,2	10,8	15,8	63,2	94,0
	% within Ocupação		4,3%	10,6%	16,0%	69,1%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1997		80,0%	76,9%	78,9%	85,5%	83,2%
Total	Count		5	13	19	76	113
	Expected Count		5,0	13,0	19,0	76,0	113,0
	% within Ocupação		4,4%	11,5%	16,8%	67,3%	100,0%
	% within Inovatividade na Geração 1997		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 24 : Hipótese 2 – Ocupação W/B – Geração 1997 – Qui-quadrado

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,943 ^a	3	,815
Likelihood Ratio	,908	3	,824
Linear-by-Linear Association	,714	1	,398
N of Valid Cases	113		

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,84.

Tabela 25 : Hipótese 2 – Ocupação W/B – Geração 1997 – Significância

Não podemos rejeitar $H_{0,2}$ para a geração 1997.

5.2.2.3 Geração 1998

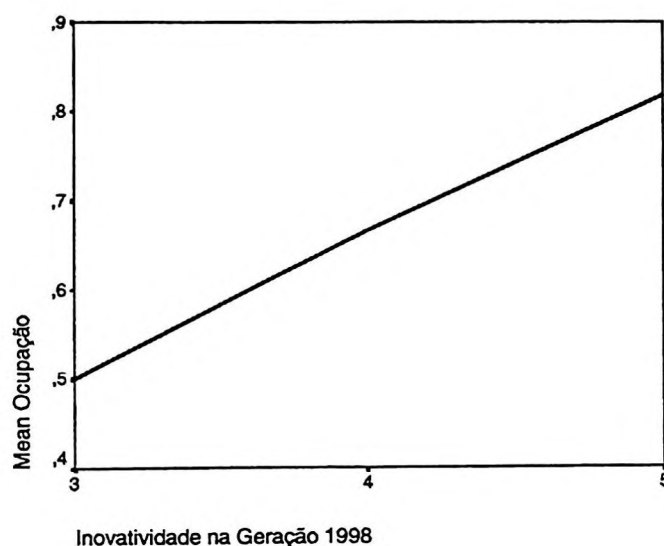


Figura 24 : Inovatividade x Ocupação - Geração 1998

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Ocupação * Inovatividade na Geração 1998	142	24,8%	431	75,2%	573	100,0%

Tabela 26 : Hipótese 2 – Ocupação W/B – Geração 1998 – Sumário

Ocupação * Inovatividade na Geração 1998 Crosstabulation

			Inovatividade na Geração 1998			Total
			3	4	5	
Ocupação	Blue Collar	Count	2	4	23	29
		Expected Count	,8	2,5	25,7	29,0
		% within Ocupação	6,9%	13,8%	79,3%	100,0%
		% within Inovatividade na Geração 1998	50,0%	33,3%	18,3%	20,4%
	White Collar	Count	2	8	103	113
		Expected Count	3,2	9,5	100,3	113,0
		% within Ocupação	1,8%	7,1%	91,2%	100,0%
		% within Inovatividade na Geração 1998	50,0%	66,7%	81,7%	79,6%
Total	Count	4	12	126	142	
	Expected Count	4,0	12,0	126,0	142,0	
	% within Ocupação	2,8%	8,5%	88,7%	100,0%	
	% within Inovatividade na Geração 1998	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 27 : Hipótese 2 – Ocupação W/B – Geração 1998 – Qui-quadrado

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,749 ^a	2	,153
Likelihood Ratio	3,184	2	,203
Linear-by-Linear Association	3,720	1	,054
N of Valid Cases	142		

a. 3 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,82.

Tabela 28 : Hipótese 2 – Ocupação W/B – Geração 1998 – Significância

Não podemos rejeitar $H_{0,2}$ para a geração 1998.

5.2.2.4 Geração 1999

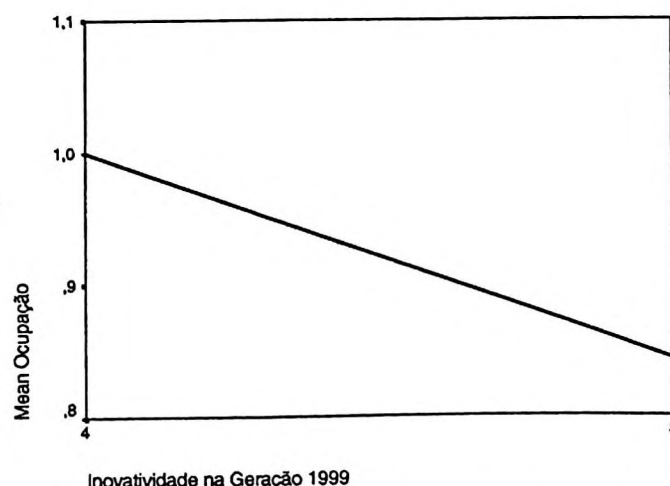


Figura 25 : Inovatividade x Ocupação - Geração 1999

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Ocupação * Inovatividade na Geração 1999	104	18,2%	469	81,8%	573	100,0%

Tabela 29 : Hipótese 2 – Ocupação W/B – Geração 1999 – Sumário

Ocupação * Inovatividade na Geração 1999 Crosstabulation

			Inovatividade na Geração 1999		Total
			4	5	
Ocupação	Blue Collar	Count	0	16	16
		Expected Count	,3	15,7	16,0
		% within Ocupação	,0%	100,0%	100,0%
		% within Inovatividade na Geração 1999	,0%	15,7%	15,4%
	White Collar	Count	2	86	88
		Expected Count	1,7	86,3	88,0
		% within Ocupação	2,3%	97,7%	100,0%
		% within Inovatividade na Geração 1999	100,0%	84,3%	84,6%
Total	Count	2	102	104	
	Expected Count	2,0	102,0	104,0	
	% within Ocupação	1,9%	98,1%	100,0%	
	% within Inovatividade na Geração 1999	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 30 : Hipótese 2 – Ocupação W/B – Geração 1999 – Qui-quadrado

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,371 ^b	1	,543		
Continuity Correction ^a	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,675	1	,411		
Fisher's Exact Test				1,000	,715
Linear-by-Linear Association	,367	1	,545		
N of Valid Cases	104				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,31.

Tabela 31 : Hipótese 2 – Ocupação W/B – Geração 1999 – Significância

Não podemos rejeitar $H_{0,2}$ para a geração 1999.

5.2.3 Hipótese 3

$H_{0,3}$: Não há relação positiva entre a Inovatividade e a Renda dos Adotantes

5.2.3.1 Geração 1996

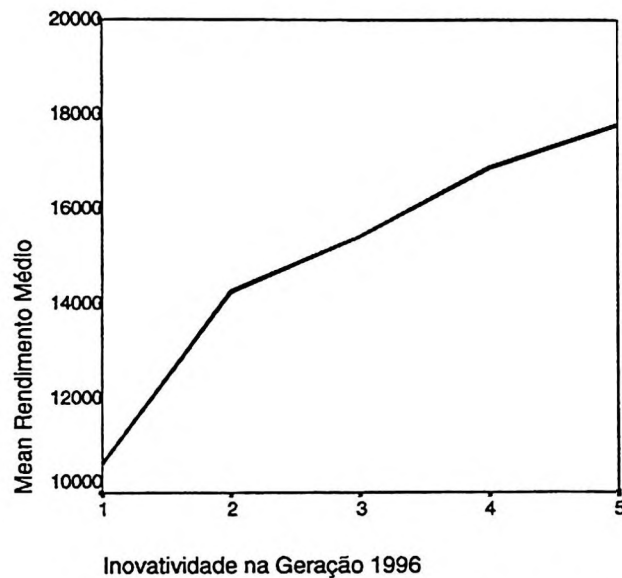


Figura 26 : Inovatividade x Renda - Geração 1996

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Inovatividade na Geração 1996	3,82	1,26	107
Rendimento Médio	\$16371.0	\$13,210.37	107

Tabela 32 : Hipótese 3 – Renda – Geração 1996 – Sumário

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	5% Confidence Interval for	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	3,629	,194		18,749	,000	3,245	4,013
	Rendimento Médio	1,18E-05	,000	,124	1,283	,202	,000	,000

a. Dependent Variable: Inovatividade na Geração 1996

Tabela 33 : Hipótese 3 – Renda – Geração 1996 – Regressão Linear

Pelos resultados da Regressão Linear, pode-se ver que há uma relação positiva (1,18E-05) entre a renda e a inovatividade, mas não é significativa ao nível de 5%.

5.2.3.2 Geração 1997

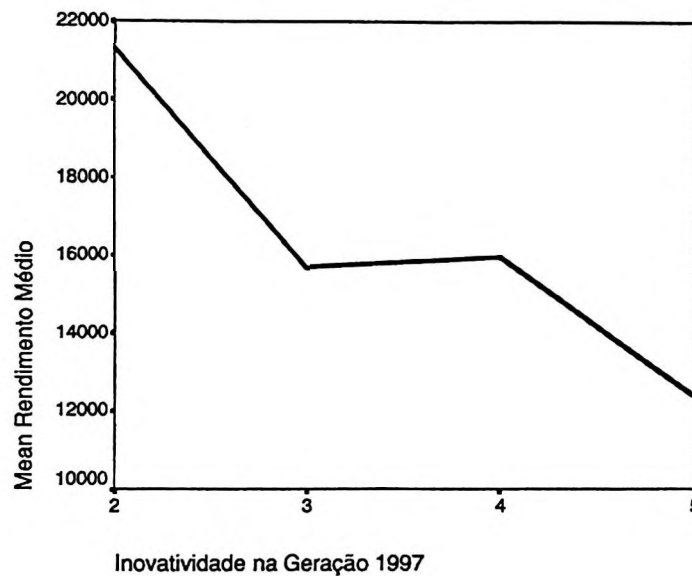


Figura 27 : Inovatividade x Ocupação - Geração 1997

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Inovatividade na Geração 1997	4,47	,87	113
Rendimento Médio	\$13761.1	\$8,837.76	113

Tabela 34 : Hipótese 3 – Renda – Geração 1997 – Sumário

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	5% Confidence Interval for	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	4,793	,148		32,473	,000	4,501	5,085
	Rendimento Méd	-2,4E-05	,000	-,240	-2,605	,010	,000	,000

a. Dependent Variable: Inovatividade na Geração 1997

Tabela 35 : Hipótese 3 – Renda – Geração 1997 – Regressão Linear

A relação deu negativa (-2.4E-05) com significância de 1%. Dessa forma, não podemos rejeitar a $H_{0,3}$ para a geração 1997. De fato, a relação não é positiva.

5.2.3.3 Geração 1998

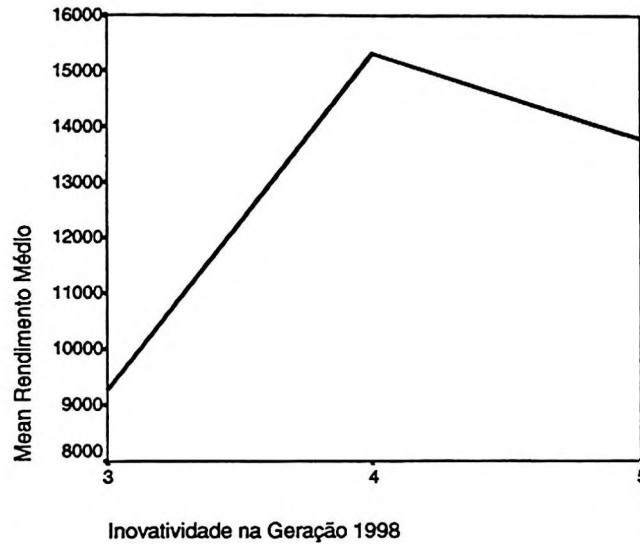


Figura 28 : Inovatividade x Ocupação - Geração 1998

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Inovatividade na Geração 1998	4,86	,42	142
Rendimento Médio	\$13791.5	\$8,527.76	142

Tabela 36 : Hipótese 3 – Renda – Geração 1998 – Sumário

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	5% Confidence Interval for	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	4,835	,068		71,305	,000	4,701	4,969
	Rendimento Médio	1,76E-06	,000	,035	,420	,675	,000	,000

a. Dependent Variable: Inovatividade na Geração 1998

Tabela 37 : Hipótese 3 – Renda – Geração 1998 – Regressão Linear

A tendência é positiva (1,76E-06), mas não é significativa ao nível de 5%.

Portanto, não podemos rejeitar $H_{0,3}$ para a geração 1998.

5.2.3.4 Geração 1999

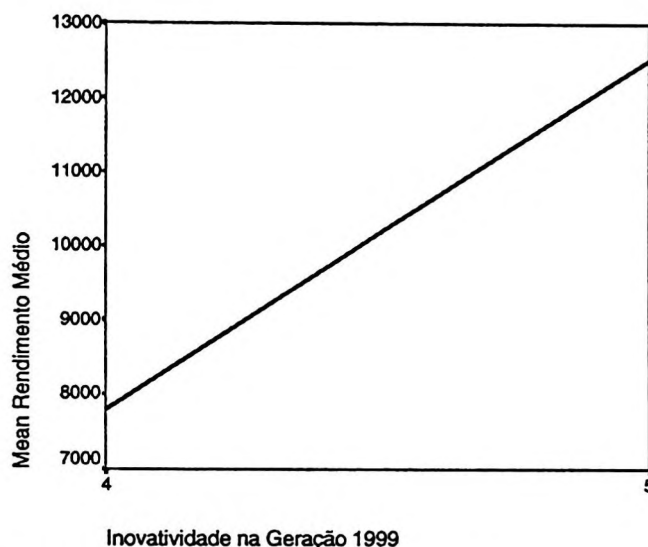


Figura 29 : Inovatividade x Renda - Geração 1999

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Inovatividade na Geração 1999	4,98	,14	104
Rendimento Médio	\$12426.0	\$11,937.08	104

Tabela 38 : Hipótese 3 – Renda – Geração 1999 – Sumário

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	4,973	,020		253,092	,000	4,934	5,012
	Rendimento Médio	6,30E-07	,000	,055	,552	,582	,000	,000

a. Dependent Variable: Inovatividade na Geração 1999

Tabela 39 : Hipótese 3 – Renda – Geração 1999 – Regressão Linear

A relação é positiva (6,30E-07), mas não significativa ao nível de 5%.

Portanto, não podemos rejeitar $H_{0,3}$ para a geração 1999.

5.2.4 Hipótese 4

$H_{0,4}$: Não há relação negativa entre a Inovatividade e a Idade dos Adotantes.

5.2.4.1 Geração 1996

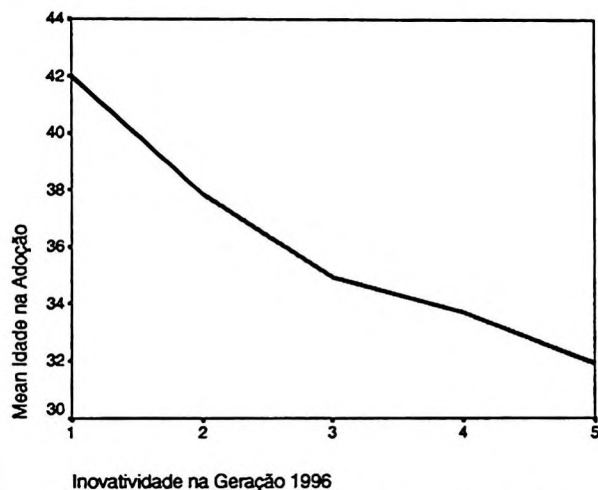


Figura 30 : Inovatividade x Idade na Adoção - Geração 1996

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Inovatividade na Geração 1996	3,82	1,26	107
Idade na Adoção	34,13	8,64	107

Tabela 40 : Hipótese 4 – Idade – Geração 1996 – Sumário

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	5% Confidence Interval for	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	5,274	,478		11,031	,000	4,326	6,222
1	Idade na Adoção	-4,3E-02	,014	-,292	-3,130	,002	-,069	-,016

a. Dependent Variable: Inovatividade na Geração 1996

Tabela 41 : Hipótese 4 – Idade – Geração 1996 – Regressão Linear

A relação é negativa (- 4,3E-02) e significativa ao nível de 1%.

Portanto, rejeita-se a $H_{0,4}$ para a geração 1999.

5.2.4.2 Geração 1997

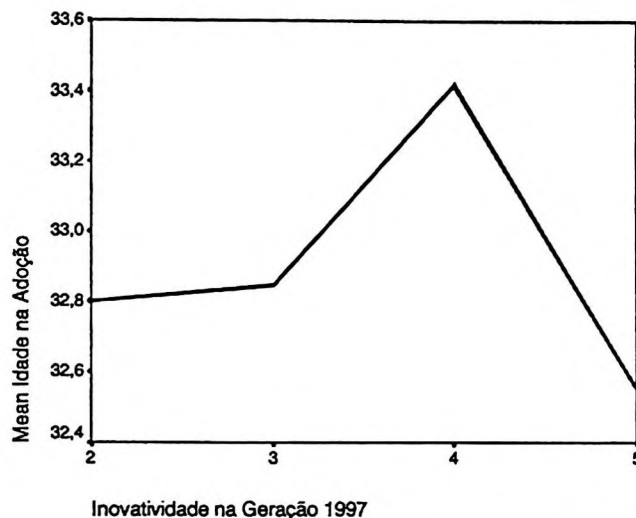


Figura 31 : Inovatividade x Idade na Adoção - Geração 1997

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Inovatividade na Geração 1997	4,47	,87	113
Idade na Adoção	32,74	8,73	113

Tabela 42 : Hipótese 4 – Idade – Geração 1997 – Sumário

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	5% Confidence Interval for	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	4,532	,319		14,204	,000	3,900	5,164
	Idade na Adoção	-1,9E-03	,009	-,019	-,204	,839	-,021	,017

a. Dependent Variable: Inovatividade na Geração 1997

Tabela 43 : Hipótese 4 – Idade – Geração 1997 – Regressão Linear

A relação é negativa(-1,9E03) mas não significativa ao nível de 5%.

Assim, não podemos rejeitar $H_{0,4}$ para a geração 1997.

5.2.4.3 Geração 1998

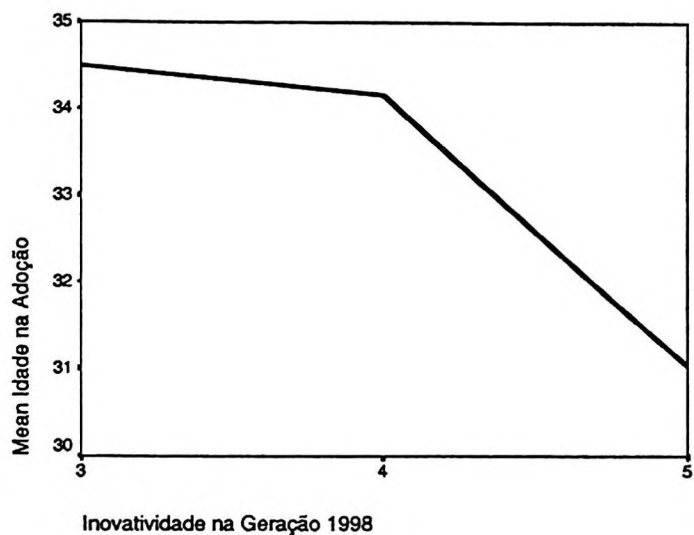


Figura 32 : Inovatividade x Idade na Adoção - Geração 1998

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Inovatividade na Geração 1998	4,86	,42	142
Idade na Adoção	31,41	8,81	142

Tabela 44 : Hipótese 4 – Idade – Geração 1998 – Sumário

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	5% Confidence Interval for	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	5,025	,131		38,225	,000	4,765	5,285
	Idade na Adoção	-5,3E-03	,004	-,110	-1,312	,192	-,013	,003

a. Dependent Variable: Inovatividade na Geração 1998

Tabela 45 : Hipótese 4 – Idade – Geração 1998 – Regressão Linear

A relação é negativa (-5,3E03) mas não significativa ao nível de 5%.

5.2.4.4 Geração 1999

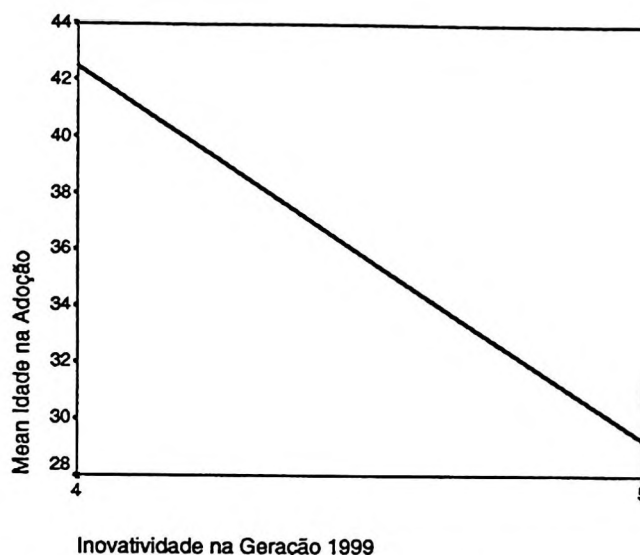


Figura 33 : Inovatividade x Idade na Adoção - Geração 1999

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Inovatividade na Geração 1999	4,98	,14	104
Idade na Adoção	29,54	7,14	104

Tabela 46 : Hipótese 4 – Idade – Geração 1999 – Sumário

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	5% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	5,127	,056		91,164	,000	5,015	5,238
	Idade na Adoção	-4,9E-03	,002	-,256	-2,670	,009	-,009	-,001

a. Dependent Variable: Inovatividade na Geração 1999

Tabela 47 : Hipótese 4 – Idade – Geração 1996 – Regressão Linear

A relação é negativa é significativa ao nível de 1%. Portanto podemos dizer que há fortes indícios de que a Inovatividade dos adotantes da geração 1999 está negativamente relacionada com a Idade na Adoção. Isto é, os mais idosos, à época da

adoção, são os menos inovativos, adotando depois do que outros membros mais jovens.

5.3 - PARTE EXPLORATÓRIA

Uma análise mais detalhada da curva de difusão da inovação não está nos objetivos principais do presente trabalho. Contudo, essas curvas auxiliam na compreensão do fenômeno de forma agregada.

A figura 34 abaixo foi gerada a partir da Tabela 2 e mostra os quantitativos de adoção para cada geração, em porcentagens.

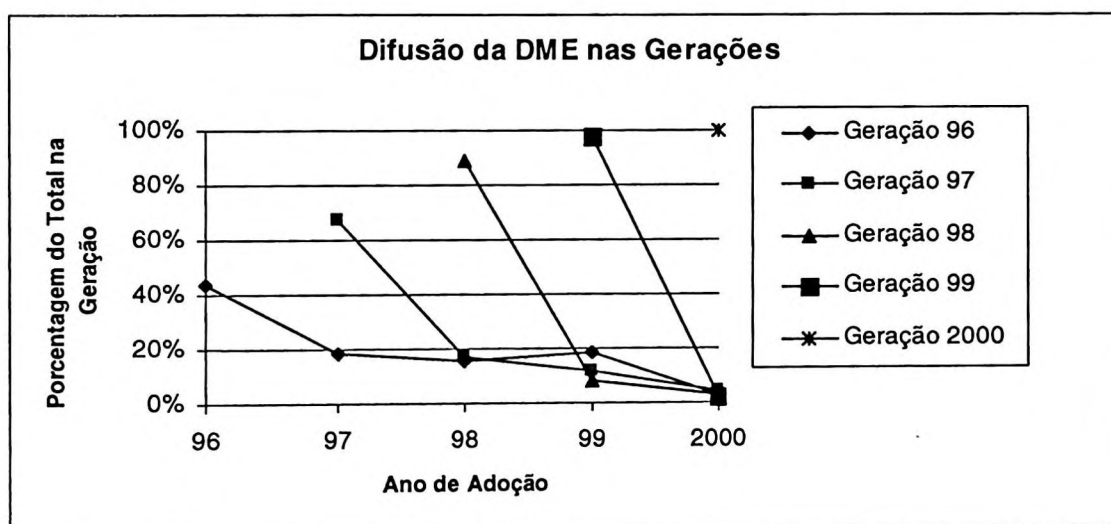


Figura 34 : Difusão da DME nas Gerações

Note-se que o número de adotantes do primeiro ano (os "5") de cada geração tende a aumentar sucessivamente e que no final do período analisado tendem a se nivelar e que as diferenças entre o 1º e o 2º ficam cada vez maior. Isto sugere que o processo de difusão da DME está quase no topo, o que é confirmado pelos dados

agregados de Campinas (Figura 5) onde pode-se ver que a adoção atingiu quase cem por cento. A figura 35 representa graficamente os valores acumulados da difusão em quantidades e a figura 35 em porcentagens.

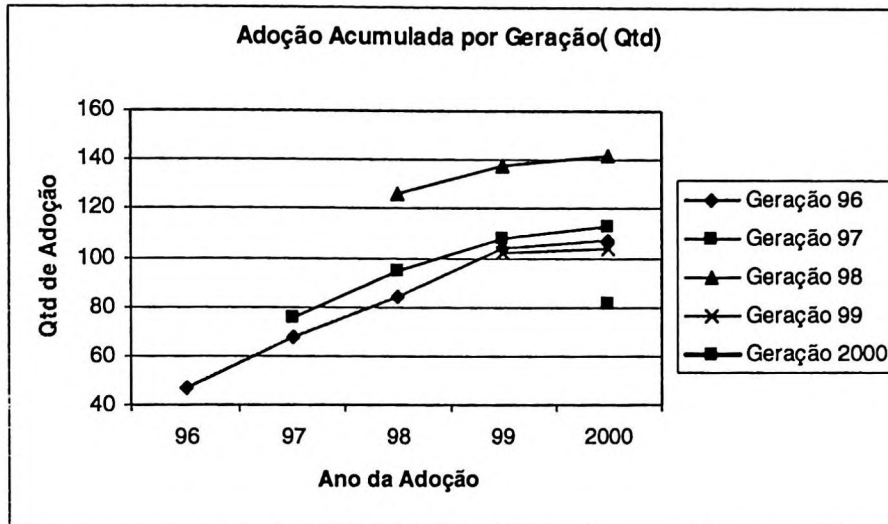


Figura 35 : Adoção Acumulada nas Gerações – Quantidades

A figura 36 também nos mostra coisas interessantes. Há indícios de que os dados de cada geração parecem se sobrepor uns aos outros, principalmente no final.

Isto confirma atual situação de quase 100% de adoção da DME.

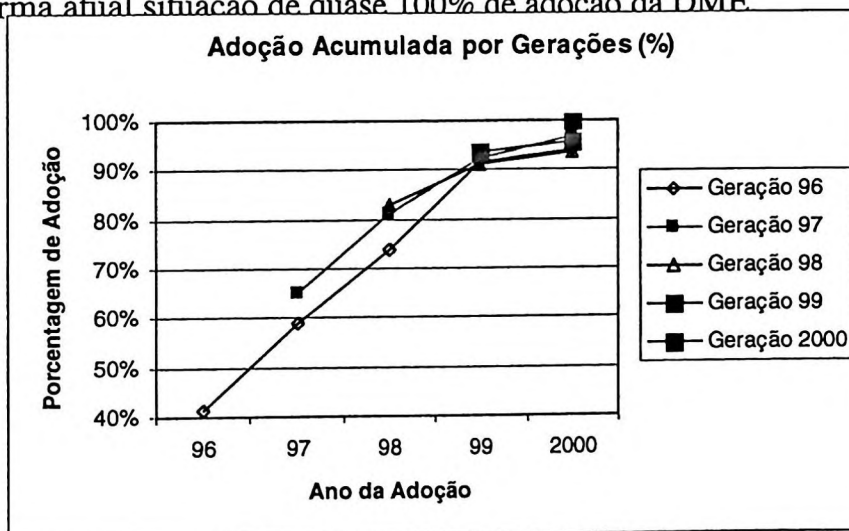


Figura 36 : Adoção Acumulada nas Gerações (%)

Assim pode-se ter uma explicação para o fato de que as hipóteses testadas não terem sido plenamente confirmadas, pois ao chegar no fim do processo de difusão fica muito mais difícil separar os adotantes, principalmente considerando apenas dados demográficos. Nas fases finais do processo de difusão, muitos conhecem, muitos têm acesso. Dessa forma, a inovação se transforma em uma prática comum.

5.4 - SUMÁRIO

Este capítulo apresentou, de forma descritiva, a constituição da amostra da pesquisa. Em seguida, as hipóteses $H_{0,1}$ e $H_{0,2}$ foram testadas com o método estatístico do Qui-quadrado. As outras duas hipóteses foram testadas pelo método de Regressão Linear.

Numa parte exploratória foram feitas algumas considerações sobre as curvas de difusão, e apresentada uma possível interpretação dos dados observados.

CAPÍTULO 6

COMENTÁRIOS E CONCLUSÕES

6.1 - TESTES DE HIPÓTESES

A partir do Quadro 2 podemos ter uma idéia do que conseguimos com a parte quantitativa da pesquisa. Em relação à $H_{0,1}$ nota-se que não foi possível associar o sexo dos contribuintes à sua Inovatividade, sendo que em 97 e em 99 haveria uma maior probabilidade de associação, dependendo eventualmente de uma amostragem maior.

	$H_{0,1}$		$H_{0,2}$		$H_{0,3}$			$H_{0,4}$		
	Sexo		Ocupação		Renda			Idade		
	Rejeitar ?	Signif	Rejeitar ?	Signif	Rejeitar ?	Coefficiente	Signif	Rejeitar ?	Coefficiente	Signif
96	Não	.631	Não	.402	Não	+1,18E-05	.202	Sim	-2,4E-02	.002
97	Não	.177	Não	.815	Não	-2,4E-05	.01	Não	-1,9E-03	.839
98	Não	.675	Não	.153	Não	+1,76E-06	.675	Não	-5,3E-03	.192
99	Não	.153	Não	.543	Não	+6,30E-07	.582	Sim	-4,9E-03	.009

Quadro 3 : Resumo dos Testes de Hipóteses

A maioria dos estudos não considera a variável sexo como das mais importantes e determinantes da adoção, sendo que no caso da DME isto se confirma. Atualmente, tanto homens quanto mulheres têm acesso e conhecimento para o uso dessa inovação.

Em relação às ocupações, a divisão entre White-Collar e Blue-Collar não parece ser mais um bom previsor da inovatividade na adoção. As amostras de 96, 97 e 99 são compostas, em sua grande maioria, de White-Collars, aparecendo nos dois extremos da escala de inovatividade. A pouca quantidade de Blue-Collars na amostra se explica pelo pouco acesso que estas pessoas têm a microcomputadores, seja pela própria natureza da ocupação, seja pela renda, que normalmente é bem inferior à dos White-Collars. Há também uma tendência dos Blue-Collar não serem obrigados a declarar pela baixa renda. O autor teve conhecimento de casos onde os Blue-Collar pedem para que seus colegas White-Collar os ajudem a declarar via DME quando eventualmente suas rendas ultrapassam os valores limites de isenção.

Na amostra da geração de 98, nota-se uma tendência de concentração de Blue-Collars no extremo menos inovativo e de White-Collars no outro extremo. Contudo, a amostra não é significativa no nível de 5%.

Com a hipótese relativa à renda, não ocorreu a esperada relação positiva, sendo que em 97 a relação foi negativa e significativa. A explicação para a relação positiva da renda com a inovatividade é baseada na tese de que toda inovação traz em si algo de arriscado e que aqueles que tem maior renda podem se dar ao luxo desse risco.

Dentre os fatores demográficos, a renda é o mais encontrado nos estudos de Difusão de Inovação. Uma boa parte deles indicam uma relação positiva enquanto outros indicam uma relação negativa ou nenhuma relação.

A teoria de difusão de inovação teve início com a sociologia rural onde estão envolvidos custos e riscos razoáveis numa decisão de adoção. Porém, nas inovações de baixo custo a renda não é fator determinante para a inovatividade.

O custo da DME é praticamente zero, onde os fatores envolvidos seriam apenas o de acesso e conhecimento para seu uso. Contudo, há os que pensam que a DME é uma forma de declaração que proporciona uma forma de controle maior sobre os contribuintes e dessa forma, aqueles com mais rendimentos poderiam ter uma percepção de que, proporcionalmente, estariam correndo um maior risco do que os de menor renda.

Cancian defende uma teoria na qual existe uma categoria de classe média mais conservadora que posterga a adoção, criando um buraco na curva.⁴⁸ Se olharmos a figura 15, verificamos que houve uma queda na renda média na amostra da geração 97. Comparando-se com a figura 26, vê-se que os de maior renda adotaram depois.

Além desses fatores intrínsecos ao contribuinte, outros fatores relacionados com a agência que promove essa difusão poderiam estar influenciando no nível de adoção da DME pelas pessoas de menor renda. A Delegacia de Campinas, desde há muito tempo,

⁴⁸ Conhecido como “Cancian Dip”.

disponibiliza diversos microcomputadores conectados à Internet e suporte técnico para quem se interessar pela declaração por meio eletrônico.

Em relação à idade, este estudo mostrou indícios fortes de que a idade está negativamente relacionada com a inovatividade. Entre os fatores por trás disso estão, por um lado, a atitude dos mais jovens em relação às novidades, a disposição em aprender coisas novas, entre elas o uso de microcomputadores, que já é comum em quase toda atividade profissional. Por outro lado, há o conservadorismo dos mais idosos que tendem a rejeitar, de modo geral tudo que é novo.

6.2 - RECOMENDAÇÕES E FUTUROS ESTUDOS

Os órgãos de governo em geral, e a SRF em particular, poderiam aproveitar melhor a imensa quantidade de dados que têm à sua disposição e estudar melhor os clientes de seus serviços e produtos.

Enquanto os órgãos de governo não puderem, ou não quiserem, empregar outros meios para conhecer como se comportam os adotantes em potencial de uma inovação que lhes seja interessante, poderiam basear suas estratégias em dois pontos : facilitar o acesso aos mais jovens e promover a adoção pelos mais idosos, reforçando aspectos de segurança e facilidade de uso de sistemas do tipo da DME.

Este estudo também serviu para verificar a importância de outros dados dos adotantes além dos demográficos, para que se possa ter uma visão melhor de um dado processo de inovação. Um estudo completo de adoção de inovação deveria envolver pelo menos quatro aspectos. Primeiro, as **taxas de difusão** agregadas, pois aqui se manifestam todos os fatores da adoção. Segundo, as **características pessoais dos adotantes**, pois boa parte das estratégias das agências de mudança, interessadas na adoção, é baseada nesses dados. Em terceiro, **a inovação** em si, com as suas características intrínsecas, importantes para levar o adotante em potencial a decidir favoravelmente a favor da adoção da nova alternativa quando a compara com a alternativa anterior. Finalmente, em quarto, do lado da oferta, cobrindo aspectos da agência que promove as inovações.

No caso de órgãos de governo, a fim de aproveitar ao máximo os dados à sua disposição, estudos mais profundos sobre a influência da variável renda sobre a adoção poderiam ser muito proveitosos, provavelmente incluindo outros tipos de rendimentos e patrimônio.

Seria altamente desejável aplicar uma pesquisa semelhante em uma cidade com baixa taxa de adoção para se poder ter mais dados sobre os não adotantes.

6.3 - SUMÁRIO

Neste último capítulo, foram consolidadas as conclusões a que pode chegar a partir dos dados coletados e das análises estatísticas.

Foi enfatizada a necessidade de estudos adicionais mais aprofundados relacionados com a influência do fator renda na adoção de inovações.

Referências Bibliográficas

- ARNDT, J.** A Test of the Two-Step Flow in Diffusion of a New Product. In: Holloway, R.J., Mittelstaedt, R. A., Venkatesan, M. Eds. Consumer Behavior. Boston: Houghton Mifflin Company, 1971, p.235-246.
- AUDIRAC, I., Beaulieu, L.** Microcomputers in Agriculture: A proposed model to Study Their Diffusion/Adoption. Rural Sociology, p.60-77, 1986.
- BALAGI, R.** On Modeling the diffusion of Information Technology Innovations. Memphis,1999. Tese de Doutorado.
- BARNETT,H.G.** Innovation : The Basis of Cultural Change. 1 ed. McGraw-Hill Book Company, Inc, 1953, 462p.
- BASS, F.** A New Product Growth for model Consumer Durables. Management Science, v.15, p.215-227, 1969.
- BOONE, Louis E.** The search for the consumer innovator. The Journal of Business, v.43, p.135-140, 1970.
- BRASIL** é Pioneiro na Declaração de Impostos via Internet. Microsoft. [Online] Disponível na Internet via WWW. URL: <http://www.speed-of-thought.com/additional/brazil2.html>. Arquivo capturado em 14 de agosto de 2000.

BROWN, L.A. Innovation Diffusion. A New Perspective. New York : Methuen & CO, 1981, 345p.

CANCIAN, F. Stratification and Risk-Taking: A theory Tested on Agricultural Innovation. American Sociological Review, v.32,6, p.912-927, 1967.

CHARLTON, C., GITTINGS, C., LENG, P. , LITTLE, J., NEILSON, I. Diffusion of Technological Innovations: Bringing Business onto the Internet. In: Information Systems Innovations and Diffusion: Issues and Direction. Hershey : Idea Group Publishing, 1998, p.251-296.

COLEMAN, J., Katz, E., Menzel, H. The Diffusion of an Innovation among Physicians. Sociometry, v.20, p.253-270, 1957.

COOPER, R. B., ZMUD, R. W. Information Technology Implementation Research: A Technological Diffusion Approach. Management Science, v.36, p.123-139, 1990.

DANKO, W. D., Mac Lachlan, J.M. Research to Accelerate the Diffusion of a New Invention. Journal of Advertising Research, v.23, p.39-43, 1983.

DAVIS, F.D., BAGOZZI, R. P., WARSHAW, P. R. User Acceptance of Computer Technology: A comparison of Two Theoretical Models. Management Science, v.35, p.982-1003, 1989.

DICKERSON, M. D., Gentry, J.W. Characteristics of Adopters of Home Computers. Journal of Consumer Research, v.10, p.225-235, 1983.

DUTTON, W.H., Rogers, E.M., Jun, S. Diffusion and Social Impacts of Personal Computers. *Communication Research*, april, p.219-250, 1987.

ENGEL, James F. et al. Consumer Behavior, 8. ed. New York: The Dryden Press, 1995. 951p.

FELDMAN, L.P., Armstrong, G. M. Identifying Buyers of a Major Automotive Innovation. *Journal of Marketing*, 39, p.47-53, 1975.

FLYNN, L.R., GOLDSMITH, R. E. Identifying Innovators in Consumer Service Markets. *The Service Industries Journal*, 13, 3, p.97-109, 1993.

GATIGNON, H., Robertson, T.S. Technology Diffusion: An Empirical Test of Competitive Effects. *Journal of Marketing*, v.53, p.35-49, 1989.

GIBSON, Rick. Software Process Improvement: Innovation and Diffusion. In: *Information Systems Innovations and Diffusion: Issues and Direction*. Hershey: Idea Group Publishing, 1998, p.71-87.

HÄGERSTREND, T. Innovation Diffusion as a Spatial Process. Chicago: The University of Chicago Press, 1967, 334p.

HIRSCHMAN, Elizabeth C. Innovativeness, Novelty Seeking and Consumer Creativity. *Journal of Consumer Research*, vol 7, December, 283-295, 1980

KENNETH, Uhl., Poulsen, Lance. How are laggards different ? An empirical enquiry.
Journal of Marketing Research, vol. VII, p.51-54, 1970.

LABAY, D. G., Kinnear, T. C. Exploring the Consumer Decision Process in the
Adoption of Solar Energy. Journal of Consumer Research, 8, p.271-278.

LEVIN, S. G., **LEVIN**, S.L., Meisel, J. B. A Dynamic Analysis of The Adoption of
New Technology : The Case of Optical Scanners. The Review of Economics and
Statistics, p.12-17, 1987.

LOBODA, J. The Diffusion of Television in Poland. Economic Geography, v.50, p.70-
82, 1974.

LOY, J. W. Social Psychological Characteristics of Innovators. American Sociological
Review, 34, p.73-82, 1969.

MAHAJAN, V., Peterson, R.A. Models for Innovation Diffusion. London: Sage
Publications, 1985. 87p.

MAHAJAN, V., Wind, Y. Innovation Diffusion Models of New Product Acceptance.
Cambridge : Ballinger Publishing Company, 1986. 318 p.

MARCOVITCH, Jacques. O Século da Inovação. A Folha de São Paulo. São Paulo,
11 de junho 1999.

MARKUS, M. L. Toward a critical Mass Theory of Interactive Media: Universal Access, Interdependence and Diffusion. *Communication Research*, v.14, p.491-511, 1987.

MATTAR, Fauze Nagib, Pesquisa de Marketing. São Paulo : Atlas, v.1,1993. 350p.

MCGOWAN, M., Madey, G.R. Adoption and Implementation of Electronic Data Interchange. In: *Information Systems Innovations and Diffusion: Issues and Direction*. Hershey : Idea Group Publishing, 1998. p.116-139.

MIDGLEY, David F. Innovation and New Product Marketing. New York : John Wiley and Sons, 1977. 296 p.

MIDGLEY, David F., Grahame R. Dowling. Innovativeness: The Concept and its Measurement. *The Journal of Consumer Research*, vol 4, p.229-242, 1978.

MENZEL, H. Innovation, Integration and Marginality. A survey of Physicians. *American Sociology Review*, v.25, p.704-713, 1960.

MOORE, G. An Examination of the Implementation of Information Technology for End Users : A Diffusion of Innovations Perspective. British Columbia, 1989. Tese de Doutorado.

MOYA, Ricardo W. A Declaração de Imposto sobre a Renda em Meio Eletrônico : Um estudo de Previsão de Substituição de Tecnologia. São Paulo *III Semead*, 1998.

MUSMANN, K., Kennedy, W.H. Diffusion of Innovations. A select Bibliography.
New York: Greenwood Press, 1989. 250p.

NIEDERMAN, F. The Diffusion of Electronic Data Interchange Technology. In:
Information Systems Innovations and Diffusion: Issues and Direction. Hershey: Idea
Group Publishing, 1998. p.141-160.

PESSEMIER, E.A., Burger, P.C., Tigert, D.J. Can New Product Buyers Be Identified?
Journal of Marketing Research, IV, p.349-354, 1967.

PRESSER, H.A. Measuring Innovativeness rather than adoption. Rural Sociology,
v.34, p.510-527, 1969.

ROBERTSON, Thomas S. The Process of Innovation and the Diffusion of Innovation.
Journal of Marketing, v. 31, p.14-19, 1967.

ROBERTSON, T.S., Kennedy, J. N. Prediction of Consumer Innovators : Application
of Multiple Discriminant Analysis. Journal of Marketing Research, v.5, p.64-69, 1968.

ROGERS, Everett M. Diffusion of Innovations. 4. ed. New York: The Free Press,
1995. 518p.

ROGERS, E.M., BEAL, G.M. Informational Sources in the Adoption Process of New
Fabrics. Journal of Home Economics, v.49, p.47-52, 1957.

RYAN, B., Gross, N. G. The Diffusion of Hybrid corn seed in Two Iowa communities. Rural Sociology, v.8, p.115-124, 1943.

SCHWARTZ, Evan I. Webeconomia. São Paulo: Makron Books, 1997. 202p.

SUMMERS, J.O. Generalized Change Agents and Innovativeness. Journal of Marketing Research, v.8, 313-316, 1971.

TARDE, G. The Laws of Imitation. New York : Henry Holt and Company, 1903. 404p.

THONG, J.Y.L., YAP, C.S. Information Technology Adoption by small business: An Empirical Study. In: Diffusion and Adoption of Information Technology. London: Chapman & Hall, 1996, p.160-175.

VENKATRAMAN, M. P. The Impact of Innovativeness and Innovation Type on Adoption. Journal of Retailing, 67, p.51-67, 1991.

ANEXOS

Anexo 1 : Planilha de Entrevistas

Nº da Planilha : _____ Nome do Entrevistador : _____

Data da Entrevista : ____ / ____ / ____

Local da Entrevista: _____

Planilha digitada em : ____ / ____ / ____

Nº do Caso	Sexo	Ano de Nasc.	1º Ano Declar.	Ano Adoção	Tipo de Declar.	Código Ocup	Nat. Ocup	Renda
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								

Instruções de Preenchimento para o Coletor	
Sexo	Anotar M ou F
Ano do Nascimento	Anotar 2 últimos dígitos
1º Ano de Declaração	Anotar 2 últimos dígitos
Ano da Adoção de DME	Se adotou, anote o ano com dois dígitos. Se não adotou anote "N"
Tipo de Declaração DME	Disquete: D Internet: I Telefone: T Form On Line : O
Código de Ocupação	Mostrar Tabela de Ocupação e auxiliar na busca. Anotar código escolhido
Natureza da Ocupação	Mostrar Cartão com tabela de Natureza Anotar código escolhido
Renda	Perguntar o Valor da Renda Anual. Anotar valor

Anexo 2 : Tabela de Ocupações

DECLARAÇÃO SIMPLIFICADA

Ocupação Principal

Escreva o nome e o código da sua ocupação principal (a de maior rendimento), no campo 94.

TRABALHADORES DAS PROFISSÕES CIENTÍFICAS, TÉCNICAS, ARTÍSTICAS E ASSEMBLADAS				
Engenheiros, físicos, químicos e metalúrgicos	Economistas, Estatísticos, Contadores e assemelhados	Professores e assemelhados	Trabalhadores ligados à apresentação de espetáculos públicos e à prática esportiva	Trabalhadores ligados às atividades de navegação aérea, marítima e interior
Engenheiro	121 Economista	142 Professor de ensino superior	161 Empresário e Produtor	181 Piloto de aeronaves
Arquiteto	122 Estatístico	143 Professor de 1º e 2º graus	162 Ator e Diretor	182 Comissário de bordo
Agrônomo	123 Aluário e Matemático	144 Diretor de estabelecimento de ensino	163 Cantor e Compositor	183 Comandante de embarcações
Químico	124 Contador	145 Outros	164 Músico	189 Outros
Desenhista Industrial	125 Administrador	Técnicos	165 Coreógrafo e Bailarino	Outros trabalhadores das profis. científicas, técnicas e artísticas
Físico	126 Analista de Sistemas	151 Téc. em Contabilidade e Estatística	166 Locutor, Comentarista e Realista	191 Escultor, Pintor e assemelhados
Geólogo	127 Geógrafo	152 Téc. de Biologia	167 Operador de câmeras de cinema e televisão	192 Desenhista Comercial
Metereólogo	128 Astrônomo e Meteorologista	153 Téc. em Agronomia e Agrimensura	168 Atleta profissional e Técnico em Desportos	193 Decorador
Outros	129 Outros	154 Téc. de Química	169 Outros	199 Outros
Odontólogos, médicos e assemelhados	Advogados, Psicólogos, Bibliotecários e assemelhados	155 Téc. de Mecânica	Jornalistas e assemelhados	
Médico	131 Advogado	156 Téc. de Eletricidade, Eletrônica e Telecomunicações	171 Jornalista	
Veterinário e Zootecnista	132 Psicólogo	157 Téc. de Laboratório e Raios X	172 Publicitário	
Enfermeiro e Nutricionista	133 Sociólogo	158 Desenhista Técnico	179 Outros	
Fisioterapeuta e Terapeuta	134 Assistente Social	159 Outros		
Odontólogo	135 Bibliotecário, Arquivista, Museólogo e Arqueólogo			
Biólogo e Biomédico	136 Comunicólogo			
Farmacêutico	137 Relações Públicas			
Fonoaudiólogo	138 Prof. de Letras e de Artes			
Outros	139 Outros			
MEMBROS DOS TRÊS PODERES, SERVIDORES CÍVIS E MILITARES				
Membros dos Poderes Legislativo, Executivo e Judiciário	Servidores Cívicos e Militares de nível superior	Outros Servidores Cívicos e Militares e Agentes da Administração Pública	Diretores e Gerentes	Outros Trabalhadores Administrativos e assemelhados
Senador, Dep. Federal, Deput. Estadual e Vereador	211 Procurador e assem.	291 Ocupante de Cargo de Direção e Assistência Intermediária	301 Diretor de Empresas	391 Cnete. intermediário
Presidente da República, Ministro de Estado, Governadores, Secretário de Estado, Prefeito, Secretário Municipal, Membro do Min. Público e da Defensoria Pública	212 Diplomata	292 Agente Administrativo	303 Gerente	392 Trabalhador de serviços de contabilidade, de caixa e assemelhados
Ministro de Trib. Superior, Delegado de Justiça	213 Fiscal	293 Serventuário da Justiça	309 Outros	393 Secretário, Estenógrafo, Datilógrafo, Receptionista, Telefonista e assemelhados
Outros	214 Delegado de Polícia	294 Tabela		394 Auxiliar de escritório e assemelhados
	215 Ocupante de Cargo de Direção e Assessoramento Superior	295 Militar em geral		395 Bancário e Econômico
	216 Oficiais das Forças Armadas e Forças Aux.	296 Servidor Público Federal		396 Secundário
	219 Outros	297 Servidor Público Estadual		399 Outros
		298 Servidor Público Municipal		
		299 Outros		
TRABALHADORES DE SERVIÇOS E ASSEMBLADOS				
Empresários, Corretores e assemelhados	Serviços de administração, conserv. e limpeza de edifícios	Serviços de transporte	Serviços de manutenção	Outros trabalhadores de serviços
Supervisor, Inspetor e Agente de compra e venda	501 Porteiro de edifício, Ascensorista, Garagista e Faxineiro	531 Motorista de veículos de transp. de passageiros	541 Mecânico de manutenção de veículos automotores e máquinas	591 Alfaiate
Vendedor prático, Representante Comercial, Caixa de viajante e assemelhados	509 Outros	532 Motorista de veículos de transporte de carga	542 Eletricista de manutenção de veículos automotores, máquinas e aparelhos elétricos, eletrônicos e de telecomunicações	592 Protético
Cozinheiro em geral	Serviços de tratamento de beleza	533 Contramestre de embarcações	543 Lanterneiro e Pintor de veículos metálicos	593 Despachante, inclusive açucareiro
Leiloeiro, Avaliador e assemelhados	511 Cabeleireiro, Barbeiro, Manicure, Pedicure, Maquiador, Esteticista e Massagista	534 Marinheiro e assem.	544 Bombeiro e Instalador de gás, água, esgoto e assemelhados	594 Agente de viagem e Guia turístico
Agenciador de propaganda	519 Outros	535 Maquinista e Foguista de embarcações, locomotivas e assemelhados	549 Outros	595 Agente de serv. funerários e Embaixador
Outros	Serviços de hospedagem, restaurante e assemelhados	539 Outros		596 Auxiliar de laboratório
	521 Governanta de hotel, Camareiro, Porteiro, Cozinheiro, Garçom			597 Estivador, Carregador, Embarcador e assem.
	529 Outros			598 Emprego doméstico
				599 Outros
TRABALHADORES DA PRODUÇÃO INDUSTRIAL				
Empresários e assemelhados	6-TRAB. AGRÍCOLAS, FLORESTAIS, EXTRAÇÃO E ASSEMBLADOS	7-TRABALHADORES DA PRODUÇÃO INDUSTRIAL		
Vendedor de comércio ambulante e atacado	601 Trabalhador agrícola	701 Mestre e Contramestre	707 Trab. metalúrgico e siderúrgico	713 Trabalhador de fabricação de artefatos de madeira
Comerciante	602 Trab. da pecuária	702 Mecânico de manutenção, Montador, Preparador e Operador de máquinas e aparelhos	708 Trab. de usinagem de metais	714 Trabalhador de fabricação de papel e papelão
Portante	603 Trabalhador florestal	703 Eletricista e assemelhados	709 Trab. de construção civil	715 Trabalhador de fabricação de calçados e artefatos de couro
Outros	604 Trabalhador da pesca	704 Trab. de instalações de processamento químico	710 Trab. de fabricação e preparação de alimentos e bebidas	716 Trabalhador de fabricação de produtos de borracha e plástico
	605 Garimpeiro	705 Trab. de fabricação de roupas	711 Trab. de artes gráficas	717 Joalheiro e Ourives
	609 Outros	706 Trab. de tratamento de fumo, de fabricação de cigarros e charutos	712 Trab. de fabricação de produtos têxteis (exceto roupas)	719 Outros
DECLARANTES NÃO ESPECIFICADOS NAS CLASSES ANTERIORES				
Banqueiros e Capitalistas	Membros de ordens ou seitas religiosas	Trabalhadores aposentados e pensionistas	Estudantes	
Proprietário de estabelecimento agrícola, de pecuária ou florestal	905 Proprietário de microempresa	910 Sacerdote ou membro de ordens ou seitas religiosas	931 Bolsistas, Estagiários e assemelhados	
Proprietário de estabelecimento comercial	906 Proprietário de imóvel, recebendo rendimento de aluguel	919 Outros	939 Outros	
Proprietário de estabelecimento industrial	907 Capitalista recebendo rendimento de aplicação de capital em ativos financeiros		Escolares	
Proprietário de prestação de serviços	909 Outros		949 Escolar	
			Outros declarantes não especificados nos quadros anteriores	
			999 Outros	

Anexo 3 : Perfil do Contribuinte PF – PIR-96



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

PIR/96 - Perfil do Contribuinte Pessoa Física

Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal - SRF

Coordenação-Geral de Estudos Econômico-Tributários e Estratégicos - COGET

Coordenação de Estudos Tributários



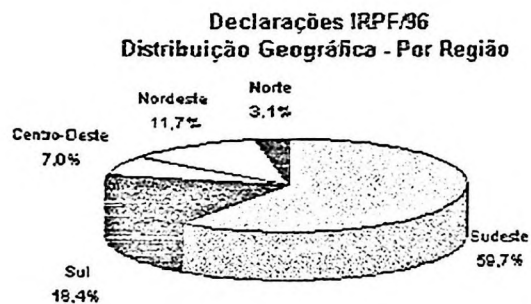
PROGRAMA IMPOSTO DE RENDA - PIR/96

PERFIL DO CONTRIBUINTE PESSOA FÍSICA

A Secretaria da Receita Federal recebeu, durante o ano de 1996, um total de 7,61 milhões de Declarações do Imposto de Renda - Pessoa Física, representando um acréscimo de 16% em relação ao ano de 1995.

O processamento das informações contidas nessas declarações permite à administração tributária federal traçar um perfil do contribuinte brasileiro, para o ano-calendário de 1996.

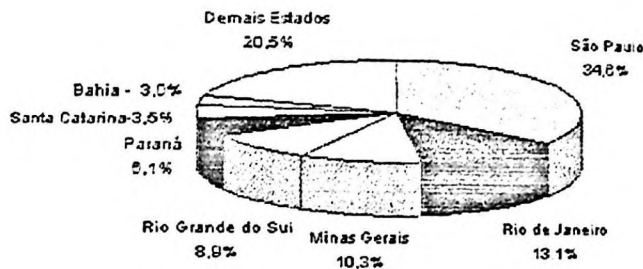
1 -- Distribuição Geográfica



A maior concentração de contribuintes pessoa física situa-se nas Regiões Sudeste, responsável por cerca de 60% do volume de declarações, e Sul, onde foram apresentadas 18,4% das declarações. Já a Região Norte responde por apenas 3,1%. As declarações apresentadas no exterior representam 0,04% do total.

Dentre as unidades da federação, destacam-se os estados de São Paulo, onde foram apresentadas 34,6% do total de declarações, Rio de Janeiro (13,1%), Minas Gerais (10,3%), Rio Grande do Sul (8,9%), Paraná (6,1%), Santa Catarina (3,5%) e Bahia (3%). As declarações entregues nos demais estados representam 20,5%.

Declarações IRPF/96 Distribuição Geográfica - Por Estado

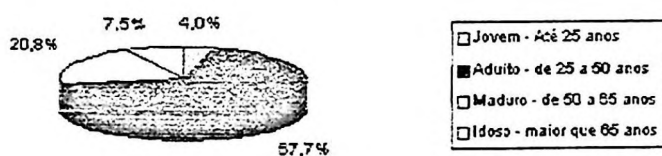


Somente nas quatro Delegacias da Receita Federal sediadas na cidade de São Paulo foram entregues 14, 5% do volume total de declarações. Nas duas unidades da cidade do Rio de Janeiro, foram apresentadas 8,7%. Belo Horizonte e Porto Alegre (3,8% cada), Campinas (3,3%) e Brasília (2,9%) vêm a seguir. Essas Delegacias, em conjunto, representam 37% do total de declarações recebidas em nível Brasil.

2 - Composição Etária

A distribuição dos contribuintes brasileiros de acordo com a faixa etária mostra que 67,7% são adultos, com idade entre 25 e 50 anos, 20,8% são adultos maduros, com idade entre 50 e 65 anos, 7,5% são idosos (mais de 65 anos) e somente 4% são jovens, com idade até 25 anos.

Distribuição dos Contribuintes IRPF/96 - Brasil Por faixa etária



A Unidade Federada que apresentou maior participação relativa de jovens foi o Amapá, com 7% do total de contribuintes locais, seguido de Santa Catarina e Tocantins (5,5%), Mato Grosso (5,4%), Roraima (5,2%) e Paraná (4,8%). Já os estados que possuem menor número relativo de contribuintes com até 25 anos são: Rio de Janeiro (2,8%), Bahia (2,9%) e Pará (3,2%). Apenas 0,5% das declarações apresentadas no exterior foram de contribuintes desta faixa etária.

No âmbito das unidades administrativas sub-regionais da SRF, destacaram-se, com maior índice de jovens, as Delegacias de Macapá/AP (7%), Blumenau/SC (6,8%), Itajaí/SC (6,5%) e Joinville/SC (6,4%).

Com relação aos contribuintes idosos, o estado do Rio de Janeiro apresentou a maior proporção, com 13,3% de seus declarantes com mais de 65 anos, seguido de Pernambuco (8,2%), Paraíba (7,4%), Bahia e São Paulo (7,3%). Os estados de Rondônia (1,6%), Amapá (2,2%), Roraima (2,3%) e Tocantins (3,5%) apresentaram os menores índices de participação de idosos no universo de contribuintes.

Nas unidades sub-regionais, salientaram-se as Delegacias do Rio de Janeiro, com 15,4% de declarantes idosos, Corumbá/MS e Chuí/RS (ambas com 11,1%), Niterói (11%) e Santos

(0,6%).

Programa Imposto de Renda - PIR/96

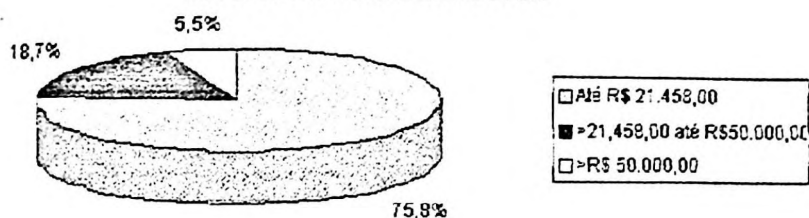
IRPF/96 - Composição Etária

Estado	Jovem Até 25 anos	Adulto >25 a 50	Maduro > 50 a 65	Idoso > 65 anos	Total 100%
Amapá	7,0%	76,6%	14,4%	2,0%	14.377
Santa Catarina	5,5%	73,3%	17,0%	4,2%	263.739
Goacantins	5,5%	76,1%	14,9%	3,5%	17.009
Mato Grosso	5,4%	75,6%	15,4%	3,6%	75.153
Roraima	5,2%	81,3%	11,3%	2,3%	10.943
Paraná	4,8%	70,2%	19,2%	5,8%	464.315
Goiás	4,6%	70,7%	19,1%	5,6%	155.100
Distrito Federal	4,5%	71,3%	19,8%	4,1%	223.019
Rcondônia	4,4%	82,3%	11,8%	1,6%	35.168
Amazonas	4,3%	74,5%	16,8%	4,3%	49.060
Mato Grosso do Sul	4,3%	69,6%	19,5%	6,6%	76.957
Minas Gerais	4,2%	69,2%	20,0%	6,5%	785.784
Rio Grande do Sul	4,2%	67,6%	21,1%	7,1%	675.213
Ceará	4,1%	67,5%	21,2%	7,1%	152.262
Maranhão	4,1%	70,9%	19,6%	5,4%	59.720
São Paulo	4,0%	68,2%	20,5%	7,3%	2.634.645
Espirito Santo	3,8%	71,5%	19,0%	5,6%	131.198
Sergipe	3,6%	70,6%	19,2%	6,3%	43.605
Rio Grande do Norte	3,5%	68,9%	20,7%	6,8%	63.697
Piauí	3,5%	69,3%	20,6%	6,6%	45.071
Alagoas	3,5%	69,4%	20,1%	7,0%	47.781
Paraíba	3,4%	66,5%	22,8%	7,4%	67.248
Acree	3,4%	74,0%	19,1%	3,5%	12.621
Peernambuco	3,3%	64,7%	23,7%	8,2%	180.233
Pará	3,2%	70,3%	20,7%	5,8%	96.811
Bahia	2,9%	68,6%	21,2%	7,3%	232.093
Rio de Janeiro	2,8%	58,5%	25,3%	13,3%	995.597
Exterior	0,5%	69,3%	26,7%	3,5%	2.947
BRASIL	4,0%	67,7%	20,8%	7,5%	7.611.366

3 - Composição Financeira

A distribuição dos contribuintes pessoa física de acordo com faixas de rendimento bruto mostra que, no ano-calendário 1996, 75,8% dos declarantes brasileiros perceberam rendimentos anuais até R\$ 21.458, 18,7% tiveram rendimentos em uma faixa intermediária, entre R\$ 21.458 e R\$ 50.000 no ano, e somente 5,5% tiveram renda bruta superior a R\$ 50.000.

**Distribuição dos Contribuintes IRPF/96 - Brasil
Por Faixa de Rendimento Bruto**



Entre as unidades da federação, as que apresentaram maior índice de contribuintes de baixa renda foram os estados do Tocantins (85,3%), Roraima (84,1%), Mato Grosso (82,4%), Santa Catarina (81,7%), Minas Gerais e Paraná (ambos com 81,4%). O Distrito Federal obteve o menor índice de contribuintes com rendimentos até R\$ 21.458, atingindo 57,1% do total, seguido dos declarantes no exterior (60,1%), e dos estados de Sergipe (70,6%) e Amazonas (70,7%).

Em nível sub-regional, o maior grau de participação relativa de contribuintes da primeira faixa de rendimento ocorreu nas unidades do Chuí/RS (91,8%), Mundo Novo/MS (91,3%), Cascavel/PR (90,2%) e Divinópolis/MG (88,7%).

Também é no Distrito Federal que ocorre a maior proporção de contribuintes com renda superior a R\$ 50.000 (11%), com destaque ainda para os estados do Amazonas (7,7%), Alagoas e Rio de Janeiro (6,9%). Os estados com menor índice de contribuintes nesta faixa são todos da Região Norte: Tocantins e Roraima (2,7%), Rondônia (3,2%) e Amapá (3,6%).

As DRF que obtiveram maior índice de contribuintes nesta faixa: Brasília/DF (com 11%), Rio de Janeiro e São Paulo (ambas com 8,1%), Manaus (7,7%) e Maceió (6,9%).

Programa Imposto de Renda - PIR/96

IRPF/96 - Composição Financeira

Estado	Rendimento Bruto			Total 100%
	Até R\$ 21.458	>R\$21,458 a R\$50.000	> R\$50.000	
Distrito Federal	57,1%	31,9%	11,0%	223.019
Amazonas	70,7%	21,6%	7,7%	49.060
Alagoas	73,4%	19,8%	6,9%	47.781
Rio de Janeiro	70,9%	22,2%	6,9%	995.597
Exterior	60,1%	33,3%	6,7%	2.947
Sergipe	70,6%	22,9%	6,4%	43.605
São Paulo	74,4%	19,6%	5,9%	2.634.645
Acree	74,0%	20,3%	5,8%	12.621
Rio Grande do Norte	73,0%	21,4%	5,6%	63.697
Pernambuco	74,8%	19,8%	5,4%	180.233
Pará	74,1%	20,5%	5,4%	96.811
Ceará	75,9%	18,8%	5,3%	152.262
Bahia	74,3%	20,6%	5,1%	232.093
Paraíba	75,3%	19,6%	5,1%	67.248
Piauí	80,0%	14,8%	5,1%	45.071
Maranhão	78,8%	16,5%	4,7%	59.720
Espírito santo	76,7%	18,7%	4,6%	131.198
Rio Grande do Sul	81,2%	14,4%	4,3%	675.213
Matto Grosso	82,4%	13,5%	4,2%	75.153
Goiás	80,8%	15,1%	4,1%	155.100
Santa Catarina	81,7%	14,3%	4,0%	263.739
Minas Gerais	81,4%	14,8%	3,8%	785.784
Paraná	81,4%	14,8%	3,8%	464.315
Matto Grosso do Sul	80,6%	15,7%	3,6%	76.957
Amapá	75,9%	20,5%	3,6%	14.377
Rondônia	80,6%	16,2%	3,2%	35.168
Roraima	84,1%	13,2%	2,7%	10.943
Tocantins	85,3%	11,9%	2,7%	17.009
BR	75,9%	18,7%	5,5%	7.611.366

Tabelas para consulta e download :

- Tabela 1 - Quantidade de Declarações por Unidade Federada - [Consulta - ftp](#)
- Tabela 2 - Quantidade de Declarações por DRF/IRF - [Consulta - ftp](#)
- Tabela 3 - Quantid. de Declar. por UF (capital/interior) e Região - Participação relativa - [Consulta - ftp](#)
- Tabela 4 - Composição Etária - por DRF/IRF - [Consulta - ftp](#)
- Tabela 5 - Composição Financeira - por DRF/IRF - [Consulta - ftp](#)

Anexo 4 : Perfil do Contribuinte PF – PIR-97



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

PIIR/97 - Perfil do Contribuinte Pessoa Física

Os números a seguir representam um conjunto de dados extraído das declarações do imposto de renda de 1997 e do cadastro de pessoas físicas, cujas informações se apresentam em relações combinadas e organizadas em forma de "ranking". Por exemplo, pode-se observar que o Distrito Federal, embora detenha a melhor posição relativa nas faixas de rendas mais altas, sua relação patrimonial é metade da existente no Rio de Janeiro. Que a população do CPF (mais de 100 milhões) é composta principalmente de jovens com menos de 35 anos, contribuintes potenciais. Nosso objetivo, portanto, é o de permitir uma visão abrangente e comparativa do comportamento da massa de declarantes nas diversas regiões do país.

- ▶▶ Tabela 1 - Perfil do Declarante
- ▶▶ Tabela 2 - Distribuição da Renda
- ▶▶ Tabela 3 - Composição Etária
- ▶▶ Tabela 4 - Ocupação Principal
- ▶▶ Tabela 5 - Natureza da Ocupação
- ▶▶ Tabela 6 - Distribuição da Renda
- ▶▶ Tabela 7 - Faixa Etária
- ▶▶ Tabela 8 - Composição do Cadastro de Pessoas Físicas - CPF
- ▶▶ Tabela 9 - Cadastro de Pessoas Físicas - CPF - Composição Etária



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Tabela 1 - Perfil do Declarante

IRPF/96 - Perfil do declarante											
Ranking											
UIF	Total Declarantes	UF	Rendim. Médio (\$1000)	UF	Patrimônio Médio (\$1000)	UF	Patrimônio sobre Renda	UF	Dedução	UF	Imposto
SIP	2,635,844	DF	26.62	EX	142.37	EX	7.16	AC	38.3%	RR	11.2%
RJ	996,723	RJ	25.99	RJ	138.31	MS	5.37	PA	25.5%	DF	11.0%
MG	786,782	SP	23.79	SP	94.81	RJ	5.32	MA	24.2%	EX	10.0%
RS	675,582	AM	21.25	MS	86.22	PR	4.46	EX	23.9%	AM	9.5%
PR	463,719	SE	20.79	PR	74.09	GO	4.38	RO	23.4%	SE	9.1%
SC	262,004	EX	19.90	GO	67.98	SP	3.99	RN	23.2%	CE	8.9%
BA	232,895	AL	19.84	PE	63.49	RS	3.79	TO	23.1%	AL	8.8%
DF	222,272	PE	19.67	DF	62.97	MT	3.72	AP	23.1%	AC	8.6%
PE	180,443	PA	19.57	RS	61.72	SC	3.38	BA	23.0%	PI	8.6%
GO	155,649	AC	19.31	ES	57.53	ES	3.24	GO	23.0%	RN	8.4%
CE	152,161	BA	19.05	MT	56.61	PE	3.23	PE	22.8%	SP	8.1%
ES	131,394	RN	18.73	SC	53.35	MG	3.09	AL	22.5%	RJ	8.1%
PA	96,232	AP	17.79	AL	53.00	AL	2.67	PB	22.1%	MA	8.0%
MS	77,003	ES	17.74	SE	52.77	TO	2.56	MS	21.8%	PB	8.0%
MT	76,094	PB	17.73	MG	50.24	SE	2.54	AM	21.8%	BA	8.0%
PB	67,259	CE	17.60	AC	44.64	CE	2.53	RR	21.7%	ES	7.9%
RN	63,729	MA	17.29	CE	44.47	DF	2.37	SE	21.6%	MT	7.8%
MA	59,788	PR	16.60	BA	44.23	BA	2.32	MT	21.5%	PA	7.8%
AM	49,331	RS	16.27	RN	38.45	AC	2.31	CE	21.4%	PE	7.8%
AL	48,013	MG	16.24	PB	37.08	PB	2.09	ES	21.0%	RS	7.7%
PI	45,014	MS	16.05	PA	34.67	RN	2.05	PI	20.9%	MG	7.5%
SE	43,490	PI	15.88	TO	33.91	PA	1.77	PR	19.9%	MS	7.4%
RO	35,395	SC	15.78	AM	33.85	PI	1.68	SC	19.8%	AP	7.4%
TO	17,135	RO	15.71	PI	26.75	AM	1.59	DF	19.8%	GO	7.4%
AP	14,020	GO	15.53	MA	24.91	MA	1.44	MG	19.7%	SC	7.3%
AC	12,648	MT	15.20	RO	17.27	RO	1.10	RS	19.6%	PR	7.2%
RR	10,851	RR	14.43	AP	12.86	RR	0.83	RJ	16.6%	RO	6.9%
EX	3,450	TO	13.25	RR	12.02	AP	0.72	SP	16.5%	TO	6.4%
BR	7,614,920	BR	20.80	BR	79.97	BR	3.85	BR	18.5%	BR	8.1%

Fonte: COGET/SRF



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Tabela 2 - Distribuição da Renda

Perfil do declarante IRPF/97													
Distribuição da renda (R\$ 1.000,00)													
Ranking - %													
UF	Até \$10,8	UF	>\$10,8 a \$13,5	UF	>\$13,5 a \$27	UF	>\$27 a \$40	UF	>\$40 a \$80	UF	>\$80	UF	Total Decl.
TTO	55.5	RR	17.9	AP	35.9	DF	16.0	DF	14.9	DF	5.3	SP	3,054,736
MT	50.4	PA	15.6	RJ	33.7	EX	14.5	EX	11.0	AM	3.8	RJ	1,097,192
S&C	50.0	PR	15.4	DF	33.3	SE	12.3	RJ	10.4	RJ	3.3	MG	919,799
FPI	49.6	RJ	15.2	PA	32.4	AP	12.2	SE	10.0	SP	2.8	RS	779,057
GGO	48.7	MT	15.1	SP	32.2	RJ	11.4	AL	9.1	EX	2.8	PR	548,424
MMS	45.7	PE	15.1	AM	31.8	PA	10.5	RN	9.1	AC	2.6	SC	318,193
CCE	45.4	TO	14.5	RR	30.9	RN	10.5	AM	9.0	SE	2.4	BA	275,566
RRS	45.2	RS	14.4	PE	30.7	AC	10.3	PE	8.8	RN	2.3	DF	251,058
MMG	45.0	AC	14.3	AC	30.5	BA	10.2	SP	8.4	MA	2.2	PE	208,232
PPR	43.5	SP	14.3	BA	30.2	AM	10.2	PA	8.1	PE	2.2	GO	185,624
MMA	42.8	AM	13.9	RO	30.1	PB	10.0	ES	7.9	PA	2.2	CE	182,302
RRO	41.8	MG	13.9	EX	29.8	SP	9.9	BA	7.9	RS	2.1	ES	151,566
EES	40.0	RO	13.9	SE	29.6	PE	9.9	PB	7.9	CE	2.1	PA	109,310
RRR	39.3	MS	13.9	ES	29.0	ES	9.6	CE	7.7	AL	2.0	MS	90,737
AAL	38.8	GO	13.8	RN	28.7	AL	9.5	AP	7.3	PB	2.0	MT	90,122
PPB	38.7	MA	13.7	PB	28.4	CE	9.0	PI	6.8	AP	1.9	PB	73,556
RRN	37.8	BA	13.6	AL	28.1	MA	8.1	AC	6.8	PI	1.9	MA	72,171
EBA	36.1	AP	13.1	MA	26.6	RO	7.9	MA	6.5	BA	1.9	RN	70,389
EEX	35.7	PB	13.0	PR	26.1	MS	7.8	MT	6.4	ES	1.8	AM	59,785
AAC	35.6	SC	12.7	MG	25.9	PI	7.7	GO	6.3	RR	1.7	AL	55,138
SSE	33.4	AL	12.4	MS	25.7	MG	7.7	RS	6.1	PR	1.6	PI	50,051
FPE	33.3	SE	12.3	RS	24.8	PR	7.5	MG	5.9	MG	1.6	SE	49,295
SSP	32.4	PI	12.0	CE	24.0	RS	7.3	PR	5.8	SC	1.6	RO	41,454
AAM	31.2	ES	11.8	SC	22.9	SC	7.1	SC	5.7	RO	1.6	TO	23,196
FPA	31.2	CE	11.7	GO	22.5	GO	7.1	MS	5.3	GO	1.6	AP	17,033
AAP	29.5	RN	11.7	PI	22.0	MT	6.3	RO	4.7	MS	1.6	AC	14,355
FRJ	26.0	DF	10.5	MT	20.3	RR	5.9	RR	4.3	MT	1.5	RR	12,138
UDF	20.0	EX	6.2	TO	20.0	TO	5.1	TO	3.8	TO	1.1	EX	2,502
EBR	36.7	BR	14.1	BR	29.4	BR	9.4	BR	7.9	BR	2.5	BR	8,832,961



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Tabela 3 - Composição Etária

Cadastro de Pessoas Físicas - CPF													
Composição Etária - Ranking %													
UF	Até 21 anos	UF	Jovem 21 a 35	UF	Adulto 36 a 50	UF	Maduro 51 a 65	UF	Idoso 66 a 80	UF	Ancião 81 a 100	UF	Mais de 100 anos
SGC	7.1%	RO	46.3%	EX	52.4%	EX	28.8%	PB	11.9%	PE	5.1%	RJ	0.3%
RIR	7.1%	AP	45.7%	DF	30.5%	PI	18.8%	CE	11.8%	PB	5.1%	CE	0.3%
MIT	6.6%	RR	45.0%	SP	30.2%	MA	18.1%	PI	11.3%	SE	5.1%	RN	0.3%
DDF	6.4%	AM	43.0%	RJ	30.0%	TO	18.1%	RJ	11.0%	RS	4.9%	RS	0.3%
ANC	6.2%	DF	42.5%	GO	29.8%	CE	17.6%	RS	10.9%	RN	4.9%	PI	0.3%
EES	5.9%	MT	42.0%	PA	29.7%	RJ	17.5%	RN	10.6%	RJ	4.7%	PB	0.3%
ANP	5.8%	AC	40.5%	MS	29.4%	PR	17.4%	PE	10.6%	CE	4.6%	SE	0.2%
RNO	5.5%	PA	40.0%	PR	29.3%	RS	17.3%	BA	10.2%	BA	4.4%	SP	0.2%
SBP	5.3%	SE	39.9%	ES	29.2%	PB	16.9%	MG	9.9%	AL	4.4%	MG	0.2%
COE	5.3%	AL	39.3%	RS	29.2%	GO	16.5%	TO	9.7%	MG	4.1%	PE	0.2%
RRS	5.2%	RN	38.1%	RR	29.1%	BA	16.4%	MA	9.5%	PI	4.1%	BA	0.2%
MIG	5.2%	PE	38.0%	AM	28.9%	MG	16.4%	PR	9.5%	ES	3.7%	MS	0.2%
AMM	5.2%	ES	37.8%	SC	28.5%	MS	16.2%	SE	9.5%	SP	3.7%	SC	0.2%
RRJ	5.0%	SC	37.5%	MA	28.5%	PE	15.8%	AL	9.4%	MS	3.4%	AL	0.2%
MMS	4.8%	BA	37.5%	AP	28.4%	AL	15.8%	SP	9.0%	PR	3.4%	ES	0.2%
SSE	4.6%	GO	37.4%	TO	28.3%	SP	15.8%	MS	8.6%	TO	3.4%	PR	0.1%
GOO	4.5%	MS	37.3%	MG	28.3%	RN	15.5%	SC	8.5%	SC	3.4%	MT	0.1%
POE	4.5%	PB	36.9%	RO	28.1%	PA	15.2%	GO	8.5%	PA	3.3%	GO	0.1%
TNO	4.4%	MA	36.8%	MT	27.7%	SE	14.9%	ES	8.5%	AC	3.1%	MA	0.1%
RNN	4.3%	PR	36.2%	PI	27.4%	SC	14.7%	AC	8.4%	GO	3.1%	TO	0.1%
POB	4.3%	TO	35.9%	AC	27.3%	ES	14.7%	PA	8.1%	MA	2.9%	PA	0.1%
BBA	4.0%	MG	35.8%	AL	27.1%	AC	14.3%	AM	7.2%	MT	2.6%	AC	0.1%
POR	4.0%	SP	35.7%	BA	27.1%	MT	14.1%	MT	6.7%	AM	2.1%	AP	0.1%
MMA	3.9%	CE	34.6%	RN	26.2%	DF	13.8%	RO	6.0%	AP	1.9%	AM	0.1%
AAL	3.7%	PI	34.4%	PE	25.8%	AM	13.6%	EX	5.9%	RR	1.6%	EX	0.1%
FPI	3.7%	RS	32.1%	SE	25.8%	RO	12.9%	RR	5.5%	EX	1.6%	DF	0.1%
PPA	3.5%	RJ	31.3%	CE	25.7%	AP	12.6%	AP	5.5%	DF	1.5%	RR	0.1%
EEX	0.3%	EX	10.9%	PB	24.6%	RR	11.5%	DF	5.2%	RO	1.2%	RO	0.0%
BBR	5.0%	BR	36.0%	BR	28.8%	BR	16.3%	BR	9.6%	BR	4.0%	BR	0.2%



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Tabela 4 - Ocupação Principal

IRPF/97 - Ocupação Principal			
Cód.	Ocupação Principal	Declarantes	(%)
905	Proprietário de microempresa	1,196,749	13.5
902	Prop. estabelecimento comercial	882,010	10.0
923	Aposentado (exceto func. público)	396,592	4.5
395	Bancário e economiário	395,250	4.5 ✓
143	Professor de 1o. e 2o. graus	300,802	3.4 ✓
922	Func. púb.civil aposentado	270,099	3.1
999	Outros decl. não especificados	241,136	2.7
904	Prop. estab. prestação de serviços	221,792	2.5
296	Servidor público federal	221,071	2.5
101	Engenheiro	210,908	2.4 ✓
297	Servidor público estadual	202,103	2.3 ✓
111	Médico	166,925	1.9 ✓
924	Pensionista	155,175	1.8
303	Gerente	155,118	1.8
901	Prop. estab. agrícola, da pecuária e florestal	145,157	1.6
301	Diretor de empresas	139,731	1.6
707	Trabalhador metalúrgico e siderúrgico	133,159	1.5
903	Proprietário de estabelecimento industrial	120,379	1.4
1142	Professor de ensino superior	103,141	1.2
906	Proprietário de imóvel recebendo aluguel	96,622	1.1
1156	Técnico de eletricidade, eletrôn. e telecom.	96,541	1.1
402	Vendedor praticista, representante comercial...	96,186	1.1
295	Militar em geral	89,222	1.0
298	Servidor público municipal	89,217	1.0
3894	Auxiliar de escritório e assemelhados	84,004	1.0
1115	Odontólogo	82,751	0.9 ✓
1131	Advogado	80,723	0.9 ✓
0	Demais	2,460,398	27.9
	Total	8,832,961	100.0



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Tabela 5 - Natureza da Ocupação

IRPF/97 - NATUREZA DA OCUPAÇÃO

Ranking dos Estados - %

UF	1	UF	2	UF	3	UF	4	UF	5	UF	6	UF	7	UF	8	UF	9
SP	29.2	MT	10.6	SC	47.2	EX	62.5	DF	18.2	SE	19.5	SP	1.9	RJ	19.0	EX	13.3
RJ	19.4	MS	10.2	TO	46.5	AP	51.7	AC	11.9	BA	15.1	RJ	1.4	PE	14.0	MS	9.5
AM	19.3	PR	10.1	GO	43.3	RR	38.3	PB	11.5	AC	14.8	MS	1.0	RN	13.2	MT	9.0
BA	16.3	TO	9.7	MT	42.5	AC	28.9	RN	10.0	PA	14.4	EX	0.9	SE	12.9	TO	7.5
MG	14.5	GO	9.4	PR	41.4	RO	26.5	PA	9.0	MA	14.0	PR	0.9	PB	12.5	PA	7.1
PR	14.3	MG	8.7	RS	39.7	DF	23.9	PI	8.2	RN	13.4	MG	0.9	AL	11.6	RJ	6.9
ES	13.8	RS	8.7	MG	38.9	AM	18.5	MA	8.0	PI	13.2	RS	0.8	DF	11.5	PE	6.6
RS	13.7	RJ	8.3	CE	38.8	AL	17.4	AL	7.8	AL	13.1	GO	0.8	ES	11.0	GO	6.5
SC	13.7	SP	8.2	PI	38.2	PA	17.0	RO	7.8	DF	13.0	BA	0.7	RS	11.0	BA	6.5
PE	13.4	ES	7.9	MS	37.4	RN	16.5	AM	6.6	PE	12.8	PE	0.6	BA	10.8	AM	6.3
PA	10.9	PA	7.9	RO	36.2	PB	16.3	CE	6.5	ES	12.0	PA	0.6	PI	10.3	MA	6.3
AL	10.2	MA	7.7	ES	33.4	TO	16.2	PE	6.3	CE	10.8	SE	0.6	MG	10.1	CE	6.0
GO	10.2	RO	7.2	RR	32.0	SE	16.1	TO	6.0	RJ	10.7	AM	0.6	CE	10.0	PR	5.7
DF	9.3	BA	7.0	MA	31.6	MA	15.4	SE	5.9	AM	10.5	AL	0.5	PA	9.9	AL	5.6
CE	9.0	SE	7.0	PB	30.0	PE	14.7	MT	5.4	PB	10.4	DF	0.5	SP	9.8	SE	5.6
MS	8.3	PE	6.9	RN	29.8	MS	14.1	EX	5.4	RO	9.9	SC	0.5	MA	8.5	ES	5.6
MA	8.3	SC	6.7	SP	29.0	PI	13.8	RR	4.8	GO	9.7	MT	0.5	SC	7.9	RO	5.6
MT	8.1	AM	6.6	BA	27.7	RJ	12.4	MS	4.7	MT	9.0	ES	0.5	PR	7.6	PI	5.6
SE	7.9	AL	6.4	AL	27.2	CE	12.3	GO	4.4	SC	8.4	PB	0.4	AM	7.0	DF	5.4
PB	7.2	PB	6.4	AC	26.2	ES	12.2	RJ	4.4	MS	8.2	CE	0.4	MS	6.6	PB	5.3
RN	6.9	RR	6.3	PE	24.7	BA	11.6	BA	4.2	PR	8.2	RO	0.3	AC	6.6	SP	5.1
AP	5.5	CE	6.0	AM	24.6	MT	11.1	AP	4.0	MG	8.1	RN	0.3	GO	6.5	MG	5.0
EX	5.5	PI	5.3	SE	24.4	RS	10.3	MG	3.9	RS	7.5	TO	0.3	AP	4.7	RR	5.0
PI	5.2	RN	4.8	PA	23.2	MG	9.7	SC	3.6	RR	7.1	AC	0.3	MT	3.8	RN	5.0
TO	5.2	DF	4.6	AP	19.7	GO	9.2	ES	3.5	TO	6.3	MA	0.2	EX	3.6	RS	4.9
RO	4.5	AP	4.5	RJ	17.4	PR	8.4	PR	3.5	SP	6.2	PI	0.2	RR	2.5	AC	4.7
RR	3.9	AC	3.4	DF	13.5	SP	8.3	RS	3.5	AP	5.1	AP	0.2	TO	2.3	AP	4.6
AC	3.4	EX	3.3	EX	1.2	SC	8.3	SP	2.3	EX	4.3	RR	0.2	RO	1.9	SC	3.9
BR	19.2	BR	8.1	BR	31.2	BR	10.9	BR	4.2	BR	8.7	BR	1.2	BR	10.9	BR	5.6

- 1 - Empregado em empresa do setor privado.
- 2 - Profissional liberal ou trabalhador sem vínculo de emprego.
- 3 - Empregador-titular ou proprietário de empresa.
- 4 - Servidor público da administração direta.
- 5 - Servidor público de autarquia e fundação.
- 6 - Funcionário de empresa pública ou de economia mista.
- 7 - Declarante que auferiu rendimentos de capital, inclusive aluguéis.
- 8 - Aposentado ou pensionista.
- 9 - Outros.



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Tabela 6 - Distribuição da Renda

Perfil do declarante IRPF/97											
Distribuição da renda (R\$ 1.000,00) - Ranking %											
No.	DRF	Até \$10,8	DRF	>\$10,8 a \$13,5	DRF	>\$13,5 a \$27	DRF	>\$27 a \$40	DRF	>\$40 a \$80	D
1	M.Novo	65.1	Nova Iguaçu	19.5	M.Dourado	41.5	Brasília	16.0	R.Janeiro/S	16.9	R.Jan
2	Chuí	64.2	Santarém	19.1	Santo André	39.7	Exterior	14.4	Brasília	14.9	S.Pau
3	J.Norte	61.8	Foz Iguaçu	18.1	R.Janeiro/N	39.4	R.Janeiro/S	14.3	S.Paulo/S	13.8	S.Pau
4	M.Claros	60.5	R.Janeiro/N	17.9	S.Bernardo	39.0	S.Bernardo	13.1	S.Paulo/O	12.1	Brasíli
5	Curvelo	60.5	Boa Vista	17.9	S.J.Campos	37.8	Salvador	12.7	Exterior	11.0	Manat
6	Joaçaba	58.4	Imperatriz	17.7	Taubaté	36.1	S.Paulo/S	12.6	Salvador	10.2	Porto .
7	Sto Angelo	58.2	Caxias Sul	16.4	S.Paulo/L	36.1	Aracajú	12.3	Aracajú	9.9	Niteró
8	Divinópolis	57.9	Curitiba	15.9	Santos	35.9	Macapá	12.2	Recife	9.7	B.Hori
9	Cascavel	56.8	Limeira	15.9	Macapá	35.9	Santo André	12.1	S.Bernardo	9.6	Exterio
10	Pas.Fundo	56.3	Ponta Porã	15.9	Osasco	35.4	S.Paulo/O	11.8	Niterói	9.5	S.Pau
11	V.Conquista	55.8	S.Paulo/L	15.8	Guarulhos	35.3	M.Dourado	11.8	Maceió	9.1	Salvac
12	Palmas	55.5	S.Sebastião	15.7	Salvador	35.2	S.J.Campos	11.8	Campos	9.1	Curitib
13	Joinville	55.2	S.Paulo/N	15.7	V.Redonda	35.2	R.Janeiro/N	11.0	Natal	9.1	Rio Br
14	Imperatriz	54.8	Caruarú	15.5	S.Paulo/N	33.7	Santos	11.0	Manaus	9.0	São Lu
15	Maringá	54.3	Sorocaba	15.3	Nova Iguaçu	33.3	S.Paulo/N	10.9	S.J.Campos	8.9	Santo:
16	Itajai	54.0	Contagem	15.3	Brasília	33.2	Belém	10.9	B.Horizonte	8.8	Recife
17	N.Hamburgo	53.7	F.Santana	15.2	Belém	32.9	Recife	10.8	S.Paulo/N	8.7	Camp
18	Varginha	52.8	Belém	15.2	Recife	32.7	Niterói	10.7	Santos	8.6	Araca
19	P.Grossa	52.7	Uruguaiana	15.2	Manaus	31.7	Natal	10.4	Belém	8.6	Belérr
20	Caruarú	52.6	Santos	15.2	Niterói	31.7	R.Branco	10.2	Porto Alegre	8.4	Natal
21	Blumenau	51.2	Uberaba	15.1	S.Paulo/O	31.4	Manaus	10.1	Santo André	8.4	Fortal
22	F.Santana	51.1	Marília	15.1	Campinas	30.9	Paranaguá	10.1	Curitiba	8.4	Osasc
23	Caxias Sul	50.7	Londrina	15.1	Boa Vista	30.8	B.Horizonte	10.0	Fortaleza	8.2	Florian
24	Cuiabá	50.6	Cuiabá	15.1	Corumbá	30.8	J.Pessoa	10.0	Florianópolis	8.2	S.J.Ca
25	Uruguaiana	50.2	Baurú	15.1	Angra Reis	30.6	Curitiba	9.9	Campinas	8.0	Macei
26	Teresina	49.7	Osasco	15.0	S.Paulo/S	30.6	Taubaté	9.9	Vitória	7.9	Camp
27	Ponta Porã	49.7	Guarulhos	15.0	Curitiba	30.5	S.Paulo/L	9.8	João Pessoa	7.9	João F
28	Juiz de Fora	49.4	Recife	15.0	Rio Branco	30.4	Vitória	9.6	M.Dourado	7.6	Macaç
29	Uberlândia	49.3	SJR Preto	15.0	B.Horizonte	30.1	Florianópolis	9.6	Ilhéus	7.4	Teresi
30	Uberaba	49.0	Cascavel	15.0	Porto Velho	30.0	Maceió	9.5	Paranaguá	7.3	Paran
31	Goiânia	48.9	Angra Reis	14.9	Sorocaba	29.9	Campos	9.4	Macapá	7.3	Baurú
No.	DRF	Até \$10,8	DRF	>\$10,8 a \$13,5	DRF	>\$13,5 a \$27	DRF	>\$27 a \$40	DRF	>\$40 a \$80	D
32	Sant.Livram.	48.8	Rib.Preto	14.9	Limeira	29.9	Fortaleza	9.3	São Luiz	7.2	Rio Gi
33	SJR Preto	48.7	Niterói	14.9	R.Janeiro/S	29.8	Campinas	9.3	R.Janeiro/N	7.0	Vitória
34	Pelotas	48.2	R.Grande	14.7	Exterior	29.8	Porto Alegre	9.2	Taubaté	6.9	Limeir
35	P.Prudente	47.9	Passo Fundo	14.6	Aracajú	29.6	Guarulhos	9.2	Teresina	6.8	Santo

36	Santa Maria	47.9	Porto Alegre	14.6	Contagem	29.4	Osasco	9.2	Rio Branco	6.8	S.Bern
37	Londrina	47.5	Campinas	14.5	G.Valadares	28.9	V.Redonda	9.1	São Paulo/L	6.5	Rib.Pr
38	Foz Iguaçu	47.3	PontaGrossa	14.5	Vitória	28.9	Angra Reis	9.0	Guarulhos	6.3	Boa V
39	Araçatuba	46.4	Varginha	14.5	Natal	28.7	São Luiz	8.9	Cuiabá	6.3	Ilhéus
40	Marília	46.1	Palmas	14.4	João Pessoa	28.4	Ilhéus	8.6	Osasco	6.3	C. Gra
41	C. Grande	45.5	Maringá	14.4	Porto Alegre	28.3	Corumbá	8.1	Goiânia	6.3	Blume
42	Contagem	45.4	Uberlândia	14.4	São Luiz	28.1	C. Grande	8.0	Rio Grande	6.3	SJR P
43	G.Valadares	45.3	Blumenau	14.3	Maceió	28.1	Porto Velho	7.9	Baurú	6.2	P.Vel
44	Rib.Preto	45.2	Araçatuba	14.3	S.Sebastião	27.8	S.Sebastião	7.8	Pelotas	6.2	Guaru
45	Ilhéus	44.4	Rio Branco	14.3	Baurú	27.6	Sorocaba	7.7	Sorocaba	6.1	Goiân
46	Fortaleza	43.7	Itajaí	14.2	Paranaguá	27.5	Teresina	7.7	V.Redonda	6.1	Taubá
47	Santarém	43.6	V.Conquista	14.2	R.Grande	27.2	Pelotas	7.6	Angra Reis	6.0	Soroc
48	Rio Grande	42.9	Santa Maria	14.2	Florianópolis	26.9	Baurú	7.3	Rib.Preto	5.9	Pelota
49	S.Sebastião	42.1	B.Horizonte	14.1	Campos	26.9	Limeira	7.2	Limeira	5.7	Cuiab
50	Porto Velho	42.0	G.Valadares	14.1	Santarém	26.5	G.Valadares	7.1	Corumbá	5.6	Araça
51	Baurú	41.9	Campos	14.0	C,Grande	25.6	Juiz de Fora	7.0	Araçatuba	5.6	Joinvil
52	Florianópolis	40.5	P.Prudente	14.0	Araçatuba	25.5	Rio Grande	7.0	Marília	5.5	P.Pruc
53	São Luiz	40.4	Ilhéus	14.0	Marília	25.5	Goiânia	7.0	S.Sebastião	5.5	Santa
54	Corumbá	40.2	Manaus	14.0	Rib.Preto	25.4	Santarém	7.0	P.Prudente	5.5	Corun
55	Vitória	40.1	Paranaguá	13.9	Ponta Porã	25.2	Rib.Preto	6.9	C,Grande	5.5	Itajaí
56	Limeira	39.5	Corumbá	13.9	Sant.Livram.	24.9	Araçatuba	6.8	Blumenau	5.3	R.Jan
57	Sorocaba	39.5	V.Redonda	13.9	Pr.Prudente	24.8	Nova Iguaçu	6.8	Juiz de Fora	5.3	Caxias
58	Boa Vista	39.4	Porto Velho	13.9	Fortaleza	24.8	Santa Maria	6.8	SJR Preto	5.2	N.Han
59	Paranaguá	39.3	C. Grande	13.9	Londrina	24.7	Uberlândia	6.7	Santa Maria	5.2	Sant.L
60	Maceió	38.9	Taubaté	13.8	Santa Maria	24.6	Londrina	6.7	Uberlândia	5.1	Marília
61	João Pessoa	38.8	Pelotas	13.8	Ilhéus	23.9	Sant.Livram.	6.7	Itajaí	5.0	Urugu
62	Campos	38.5	Goiânia	13.8	Juiz de Fora	23.7	Marília	6.5	Sant.Livram.	4.9	Uberl
63	Angra Reis	38.5	M.Dourado	13.6	Foz Iguaçu	23.7	Uberaba	6.4	Foz Iguaçu	4.8	Nova I
64	Natal	37.8	Sant.Livram.	13.4	Uberaba	23.6	P.Prudente	6.3	Londrina	4.8	São P
65	Porto Alegre	36.2	Juiz de Fora	13.4	F.Santana	23.5	Cuiabá	6.3	Uberaba	4.7	M.Dou
66	Exterior	35.8	N.Hamburgo	13.4	SJR Preto	23.4	Contagem	6.2	Porto Velho	4.7	Ubera
No.	DRF	Até \$10,8	DRF	>\$10,8 a \$13,5	DRF	>\$13,5 a \$27	DRF	>\$27 a \$40	DRF	>\$40 a \$80	D
67	Rio Branco	35.7	Santo André	13.2	Uberlândia	23.3	Blumenau	6.2	Nova Iguaçu	4.6	Londri
68	Campinas	34.7	Divinópolis	13.2	Uruguaiana	23.2	SJR Preto	6.1	Joinville	4.5	Palma
69	V.Redonda	34.6	Macapá	13.1	PontaGrossa	22.8	Joinville	6.1	Caruarú	4.4	Juiz d
70	Nova Iguaçu	34.6	João Pessoa	13.0	Pelotas	22.7	Varginha	6.1	N.Hamburgo	4.3	V.Red
71	B.Horizonte	34.1	Salvador	12.9	Goiânia	22.4	Uruguaiana	6.0	Boa Vista	4.2	Santo Angel
72	Aracajú	33.5	São Luiz	12.9	Caxias do Sul	22.0	Boa Vista	5.9	Caxias Sul	4.2	S.Seb
73	Curitiba	32.7	Joaçaba	12.9	Teresina	21.9	F.Santana	5.8	Varginha	4.2	Vargir
74	Guarulhos	32.6	S.Bernardo	12.6	Maringá	21.7	V.Conquista	5.8	Uruguaiana	4.1	Passo
75	Osasco	31.9	Florianópolis	12.6	N.Hamburgo	21.7	Caruarú	5.7	G.Valadares	4.0	Angra
76	Taubaté	31.7	São Paulo/O	12.5	Varginha	21.5	N.Hamburgo	5.7	Palmas	3.8	Joaça
77	Manaus	31.3	Maceió	12.4	Blumenau	21.3	PontaGrossa	5.6	V.Conquista	3.8	Ponta
78	São Paulo/L	30.5	Santo Angelo	12.3	Joinville	21.2	Divinópolis	5.4	PassoFundo	3.7	Ponta
79	Niterói	30.4	Aracajú	12.3	Caruarú	21.1	Juaz. Norte	5.4	PontaGrossa	3.7	Foz Ig

80	Belém	30.1	S.J.Campos	12.2	Cascavel	20.4	Itajaí	5.4	F.Santana	3.7	V.Con
81	Macapá	29.6	São Paulo/S	12.1	Cuiabá	20.3	Maringá	5.4	Juaz. Norte	3.5	Maring
82	Recife	29.3	Teresina	11.9	Itajaí	20.0	Caxias Sul	5.3	Joaçaba	3.5	Carua
83	São Paulo/N	28.4	Juaz. Norte	11.8	Palmas	20.0	Santo Angelo	5.3	M.Claros	3.5	M.Cla
84	S.J.Campos	27.1	M. Claros	11.8	Curvelo	19.8	Foz Iguaçú	5.2	Divinópolis	3.4	F.San
85	Santos	26.8	R.Janeiro/S	11.8	Santo Angelo	19.8	Ponta Porã	5.1	Maringá	3.4	Divinó
86	São Paulo/O	26.4	Vitória	11.8	V.Conquista	19.6	Palmas	5.1	Santo Angelo	3.4	G.Vali
87	Salvador	26.3	Fortaleza	11.7	Joaçaba	19.5	Curvelo	5.1	Chuí	3.3	Conta
88	Santo André	24.8	Natal	11.7	Imperatriz	19.4	PassoFundo	5.0	Curvelo	3.3	Casca
89	São Paulo/S	24.8	Chuí	11.5	Divinópolis	19.4	Joaçaba	4.9	Ponta Porã	3.3	Santa
90	M.Dourado	24.3	Joinville	11.5	PassoFundo	19.4	M.Claros	4.9	Santarém	3.3	Curve
91	S.Bernardo	24.0	Mundo Novo	11.4	M.Claros	18.6	Cascavel	4.5	Contagem	3.2	Imper
92	R.Janeiro/N	23.3	Curvelo	10.7	Mundo Novo	17.3	Imperatriz	4.5	Imperatriz	3.0	Juaz.
93	R.Janeiro/S	20.9	Brasília	10.5	Juaz. Norte	17.0	Chuí	3.8	Cascavel	2.7	Munde
94	Brasília	20.2	Exterior	6.2	Chuí	16.9	Mundo Novo	3.7	Mundo Novo	2.1	Chuí
	Brasil	36.7	Brasil	14.1	Brasil	29.4	Brasil	9.4	Brasil	7.9	Br



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Tabela 7 - Faixa Etária

Perfil do declarante IRPF/97											
Faixa Etária - Ranking %											
No.	DRF	Até 21 anos	DRF	>21 a 35	DRF	>35 a 50	DRF	>50 a 65	DRF	>65 anos	DRF
1	Blumenau	2.2	M.Dourado	39.4	Angra Reis	54.4	Exterior	31.3	R.Janeiro/S	19.9	R.Janeiro.
2	Itajaí	1.9	Macapá	37.8	Exterior	53.2	R.Janeiro/S	26.2	Chuí	11.5	São Paulc
3	Joinville	1.9	Palmas	36.7	Porto Velho	50.1	Sant.Livram.	26.1	São Paulo/S	11.5	R.Janeiro.
4	Foz Iguaçu	1.6	Boa Vista	36.1	Santarém	50.0	R.Janeiro/N	25.6	Niterói	10.8	Porto Aleç
5	Florianópolis	1.6	Foz Iguaçu	35.6	S.J.Campos	49.6	P.Prudente	25.3	Corumbá	10.6	B.Horizon
6	Joaçaba	1.5	Blumenau	35.2	M.Dourado	49.0	Araçatuba	25.1	Santos	10.3	São Paulc
7	Mundo Novo	1.4	Porto Velho	34.8	Boa Vista	48.8	Pelotas	25.0	Sant.Livram.	10.3	São Paulc
8	Imperatriz	1.4	Cuiabá	33.9	Contagem	47.8	Santa Maria	24.7	R.Janeiro/N	10.1	Campinas
9	Goiânia	1.4	Joinville	33.8	V.Redonda	47.4	Niterói	24.4	São Paulo/O	9.4	São Paulc
10	Caxias do Sul	1.3	Contagem	33.6	Manaus	47.4	Marília	24.3	Ilhéus	8.8	Brasília
11	Cascavel	1.3	Joaçaba	33.5	Osasco	47.3	Santos	24.2	Recife	8.6	Curitiba
12	Brasília	1.3	Mundo Novo	33.4	G.Valadares	47.2	Rio Grande	24.2	Uruguaiana	8.6	Rib.Preto
13	Palmas	1.3	Imperatriz	33.3	Florianópolis	47.0	Corumbá	24.2	Rio Grande	8.5	Goiânia
14	Cuiabá	1.3	Cascavel	33.1	Aracajú	46.6	Chuí	24.0	Pelotas	8.5	Salvador
15	São Luiz	1.2	S.Bernardo	33.0	Belém	46.6	Recife	24.0	Porto Alegre	8.3	Recife
16	Maringá	1.2	Osasco	32.7	Rio Branco	46.6	SJR Preto	23.8	Campos	8.3	Fortaleza
17	Divinópolis	1.2	M.Claros	31.7	S.Bernardo	46.4	Nova Iguaçu	23.0	Juiz de Fora	8.1	Niterói
18	PontaGrossa	1.2	Santo André	31.6	Rio Grande	46.4	João Pessoa	22.8	Santa Maria	8.1	Vitória
19	N.Hamburgo	1.2	S.Paulo/L	31.6	Guarulhos	46.4	Baurú	22.8	Nova Iguaçu	7.8	Santo Anc
20	Aracajú	1.2	Juaz. Norte	31.3	Teresina	46.4	Uruguaiana	22.7	São Paulo/N	7.8	Santos
21	C. Grande	1.2	Itajaí	31.1	Vitória	46.3	Ilhéus	22.5	João Pessoa	7.6	Limeira
22	Londrina	1.2	Curvelo	30.8	Salvador	46.0	Juiz de Fora	22.0	Ponta Porã	7.6	Florianóps
23	Contagem	1.1	N.Hamburgo	30.7	Foz Iguaçu	45.8	Porto Alegre	22.0	S.Sebastião	7.6	Osasco
24	Curitiba	1.1	Rio Branco	30.6	Paranaguá	45.8	S.Sebastião	22.0	Salvador	7.5	Nova Igua
25	PassoFundo	1.1	Manaus	30.6	N.Hamburgo	45.7	Campos	21.7	Varginha	7.5	Guarulhos
26	R.Janeiro/S	1.1	Goiânia	30.5	Caxias Sul	45.7	Rib.Preto	21.6	Baurú	7.5	Juiz de Fc
27	Curvelo	1.1	Guarulhos	30.5	Cuiabá	45.6	Londrina	21.5	P.Prudente	7.4	Varginha
28	Fortaleza	1.1	F.Santana	30.4	São Luiz	45.6	São Paulo/S	21.5	SJR Preto	7.3	Sorocaba
29	Santo Angelo	1.1	PontaGrossa	30.4	Santo André	45.5	Salvador	21.4	Uberaba	7.2	N.Hambu
30	Ilhéus	1.1	Caxias Sul	30.4	Natal	45.4	Belém	21.2	Rib.Preto	7.2	Belém
31	Natal	1.0	Uberlândia	30.3	Imperatriz	45.3	Fortaleza	21.1	Marília	7.1	S.Bernard
No.	DRF	Até 21 anos	DRF	>21 a 35	DRF	>35 a 50	DRF	>50 a 65	DRF	>65 anos	DRF
32	Osasco	1.0	Ponta Porã	30.1	Maceió	45.3	Caruarú	21.0	Maceió	7.1	SJR Preto
33	Uberlândia	1.0	Curitiba	30.1	S.Sebastião	45.3	Natal	20.9	Fortaleza	7.0	Cuiabá

34	Maceió	1.0	Divinópolis	29.9	Mundo Novo	45.2	São Paulo/O	20.8	B.Horizonte	7.0	Baurú
35	Juiz de Fora	1.0	Brasília	29.7	Taubaté	45.1	Sorocaba	20.8	Natal	6.9	G.Valadares
36	Manaus	1.0	Maringá	29.6	Campos	45.1	Uberaba	20.7	V.Redonda	6.9	C. Grande
37	S.Bernardo	1.0	V.Conquista	29.4	Macapá	45.1	Varginha	20.7	Araçatuba	6.8	Caxias do Sul
38	Vitória	1.0	S.J.Campos	29.4	Joinville	45.0	Taubaté	20.5	Teresina	6.7	Joinville
39	Varginha	1.0	Campinas	29.3	M.Claros	45.0	São Paulo/N	20.5	Caruarú	6.6	Maringá
40	Rio Branco	1.0	PassoFundo	29.2	Limeira	45.0	B.Horizonte	20.5	Curitiba	6.6	Londrina
41	S.J.Campos	1.0	Caruarú	28.9	Santo Angelo	44.9	São Luiz	20.5	V.Conquista	6.6	João Pessoa
42	Juaz. Norte	1.0	São Paulo/N	28.9	PassoFundo	44.8	Teresina	20.5	Limeira	6.5	Joaçaba
43	Porto Alegre	0.9	C,Grande	28.5	Blumenau	44.8	Maceió	20.4	Taubaté	6.4	Taubaté
44	Chuí	0.9	Londrina	28.5	Joaçaba	44.7	Maringá	20.4	Sorocaba	6.4	Natal
45	João Pessoa	0.9	G.Valadares	28.4	C. Grande	44.7	Limeira	20.3	Aracajú	6.4	Divinópolis
46	Taubaté	0.9	Santo Angelo	28.3	Ilhéus	44.7	Paranaguá	20.3	Londrina	6.4	Uberlândia
47	SJR Preto	0.9	Florianópolis	28.3	Cascavel	44.7	V.Redonda	20.0	Campinas	6.2	S.J.Camp
48	Santa Maria	0.9	Vitória	28.1	Sorocaba	44.6	Brasília	20.0	C. Grande	6.2	V.Redonda
49	B.Horizonte	0.9	Paranaguá	28.0	Brasília	44.6	Santo Angelo	19.9	Belém	6.1	PontaGrossa
50	M.Claros	0.9	Santarém	27.9	Uberaba	44.5	Aracajú	19.7	Maringá	5.9	PassoFundo
51	Santo André	0.9	Fortaleza	27.9	F.Santana	44.5	PontaGrossa	19.7	Juaz. Norte	5.9	Cascavel
52	Campinas	0.9	B.Horizonte	27.7	Campinas	44.4	Pas.Fundo	19.7	Uberlândia	5.8	Manaus
53	São Paulo/L	0.9	São Paulo/O	27.6	V.Conquista	44.3	Divinópolis	19.6	Sto Angelo	5.8	São Luiz
54	Corumbá	0.9	Varginha	27.5	João Pessoa	44.0	Juaz. Norte	19.6	Divinópolis	5.8	Marília
55	Teresina	0.9	Limeira	27.5	Uberlândia	43.9	C. Grande	19.4	Vitória	5.7	Maceió
56	Porto Velho	0.9	Sorocaba	27.4	B.Horizonte	43.9	Campinas	19.1	São Luiz	5.6	Sta Maria
57	Recife	0.9	Rib.Preto	27.3	N.Iguaçu	43.8	Vitória	19.0	São Paulo/L	5.6	Santo Angelo
58	Belém	0.9	S.Luiz	27.1	Curvelo	43.7	Curvelo	19.0	PontaGrossa	5.6	F.Santana
59	Nova Iguaçu	0.9	Taubaté	26.9	Goiânia	43.7	São Paulo/L	18.9	Goiânia	5.6	Teresina
60	Pelotas	0.9	Uberaba	26.7	Itajaí	43.7	V.Conquista	18.9	F.Santana	5.4	Aracajú
61	São Paulo/O	0.9	Maceió	26.2	Porto Alegre	43.6	Curitiba	18.9	Curvelo	5.4	V.Conquista
62	Uruguaiana	0.9	Uruguaiana	26.2	Pelotas	43.6	Uberlândia	18.9	PassoFundo	5.2	P.Prudente
63	Caruarú	0.9	São Paulo/S	26.1	Divinópolis	43.5	F.Santana	18.8	Paranaguá	5.0	Contagem
64	Paranaguá	0.9	Aracajú	26.1	Ponta Porã	43.5	Goiânia	18.8	G.Valadares	5.0	Campos
65	Niterói	0.9	Juiz de Fora	26.0	Araçatuba	43.4	G.Valadares	18.5	Itajaí	4.9	Porto Velho
66	Baurú	0.9	Baurú	25.8	Curitiba	43.3	Itajaí	18.4	Florianópolis	4.8	Araçatuba
No.	DRF	Até 21 anos	DRF	>21 a 35	DRF	>35 a 50	DRF	>50 a 65	DRF	>65 anos	DRF
67	F.Santana	0.9	Natal	25.7	Varginha	43.3	Rio Branco	18.3	Caxias do Sul	4.8	Uberaba
68	G.Valadares	0.9	Teresina	25.5	Palmas	43.2	Florianópolis	18.3	Angra Reis	4.6	Caruarú
69	Campos	0.9	SJR Preto	25.5	PontaGrossa	43.1	Guarulhos	18.1	N.Hamburgo	4.5	M.Claros
70	Macapá	0.9	Belém	25.2	Rib.Preto	43.0	M.Claros	18.1	Brasília	4.4	Pelotas
71	Rib.Preto	0.8	Porto Alegre	25.1	Baurú	43.0	Santarém	18.0	M.Claros	4.3	Curvelo
72	Boa Vista	0.8	Marília	25.0	São Paulo/L	43.0	Ponta Porã	18.0	Manaus	4.2	Blumenau
73	São Paulo/N	0.8	V.Redonda	25.0	Fortaleza	42.9	Caxias do Sul	17.9	Santo André	4.1	Foz Iguaçu
74	P.Prudente	0.8	João Pessoa	24.6	Marília	42.9	N.Hamburgo	17.8	Guarulhos	4.1	Palmas

75	Uberaba	0.8	P.Prudente	24.6	Maringá	42.8	Santo André	17.8	Exterior	4.0	Sant.Livra
76	Sorocaba	0.8	Nova Iguaçu	24.5	Juiz de Fora	42.8	Angra Reis	17.5	Imperatriz	4.0	Itajaí
77	Ponta Porã	0.8	S.Sebastião	24.4	Recife	42.8	Cascavel	17.3	Blumenau	3.9	Uruguaiar
78	Guarulhos	0.8	Salvador	24.4	Santa Maria	42.7	Mundo Novo	16.9	S.J.Campos	3.9	Juaz. Nor
79	Angra Reis	0.8	Campos	24.0	Caruarú	42.7	Manaus	16.9	Palmas	3.8	Macapá
80	São Paulo/S	0.8	Araçatuba	23.9	R.Janeiro/N	42.6	S.Bernardo	16.8	Joinville	3.8	Rio Granc
81	Araçatuba	0.8	Recife	23.8	Londrina	42.4	Joaçaba	16.6	Cuiabá	3.7	Rio Branc
82	V.Conquista	0.8	Santa Maria	23.6	SJR Preto	42.4	S.J.Campos	16.2	Joaçaba	3.6	Imperatriz
83	Sant.Livram.	0.8	Santos	23.0	Juaz. Norte	42.2	Imperatriz	16.0	Cascavel	3.6	Boa Vista
84	R.Janeiro/N	0.8	Ilhéus	22.9	Sant.Livram.	42.1	Osasco	15.8	Rio Branco	3.5	Paranagu
85	S.Sebastião	0.8	Angra Reis	22.7	São Paulo/N	42.0	Joinville	15.5	Santarém	3.4	Santarém
86	Rio Grande	0.8	Chuí	22.4	Corumbá	42.0	Cuiabá	15.5	Osasco	3.1	S.Sebasti
87	Limeira	0.8	Corumbá	22.4	P.Prudente	41.8	Contagem	15.1	Mundo Novo	3.1	Angra Rei
88	Salvador	0.8	Niterói	22.3	Santos	41.8	Palmas	15.0	S.Bernardo	2.8	Ilhéus
89	Marília	0.7	Pelotas	22.1	Uruguaiana	41.7	Foz Iguaçu	14.5	Foz Iguaçu	2.4	Corumbá
90	V.Redonda	0.7	R.Janeiro/N	20.9	Niterói	41.7	Macapá	14.2	Contagem	2.4	Ponta Por
91	Santarém	0.7	Sant.Livram.	20.7	São Paulo/O	41.3	Blumenau	13.9	Boa Vista	2.3	Chuí
92	Santos	0.7	Rio Grande	20.1	Chuí	41.1	Porto Velho	12.4	Macapá	2.0	Exterior
93	M.Dourado	0.4	R.Janeiro/S	17.5	São Paulo/S	40.1	Boa Vista	11.9	Porto Velho	1.8	M.Novo
94	Exterior	0.2	Exterior	11.3	R.Janeiro/S	35.3	M.Dourado	9.9	M.Dourado	1.3	M.Dourad
	Brasil	1.0	Brasil	27.4	Brasil	43.6	Brasil	20.6	Brasil	7.3	Brasil

Anexo 5 : Perfil do Contribuinte PF – PIR-98

Perfil do Declarante do IRPF 1998

- 1 ▶ Distribuição por Tipo de Declaração
- 1 ▶ Distribuição por Meio de Entrega
- 1 ▶ Distribuição por Sexo
- 1 ▶ Distribuição por Profissões / Sexo
- 1 ▶ Distribuição dos Rendimentos Tributáveis
- 1 ▶ Distribuição dos Rendimentos de Atividade Rural
- 1 ▶ Distribuição das Deduções
- 1 ▶ Distribuição nas Regiões Geográficas
- 1 ▶ Distribuição Etária nos Estados - Maiores Indicadores por Faixa
- 1 ▶ Distribuição Etária nos Estados - Indicadores de Concentração
- 1 ▶ Distribuição por Natureza de Ocupação nos Estados - Maiores Indicadores
- 1 ▶ Distribuição por Natureza de Ocupação nos Estados - Indicadores de Concentração
- 1 ▶ Distribuição por Faixa de Renda Mensal nos Estados - Maiores Indicadores por Faixa de Renda
- 1 ▶ Distribuição por Faixa de Renda Mensal nos Estados - Indicadores de Concentração
- 1 ▶ Distribuição da Natureza de Ocupação por Faixa de Renda - Indicadores de Concentração - Brasil
- 1 ▶ Distribuição da Natureza de Ocupação por Faixa de Renda - Indicadores de Concentração - Por Estado

 Preparar página para impressão



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Perfil do Declarante do IRPF 1998 - Distribuição por Tipo de Declaração

UF	Declaração Simplificada	Declaração Completa	Total	Simplificada (%)	Completa (%)
AC	8,539	7,692	16,231	52.6%	47.4%
AL	37,785	28,260	66,045	57.2%	42.8%
AM	41,789	36,075	77,864	53.7%	46.3%
AP	10,582	9,053	19,635	53.9%	46.1%
BA	195,221	146,246	341,467	57.2%	42.8%
CE	136,153	76,354	212,507	64.1%	35.9%
DF	143,376	134,148	277,524	51.7%	48.3%
ES	99,825	74,623	174,448	57.2%	42.8%
EX	813	1,499	2,312	35.2%	64.8%
GO	140,672	84,686	225,358	62.4%	37.6%
MA	54,082	37,292	91,374	59.2%	40.8%
MG	710,974	352,522	1,063,496	66.9%	33.1%
MS	58,751	46,437	105,188	55.9%	44.1%
MT	64,565	44,878	109,443	59.0%	41.0%
PA	65,684	61,718	127,402	51.6%	48.4%
PB	50,194	34,230	84,424	59.5%	40.5%
PE	141,759	108,025	249,784	56.8%	43.2%
PI	42,026	19,139	61,165	68.7%	31.3%
PR	406,733	254,584	661,317	61.5%	38.5%
RJ	718,134	530,015	1,248,149	57.5%	42.5%
RN	49,076	34,557	83,633	58.7%	41.3%
RO	28,047	21,030	49,077	57.1%	42.9%
RR	9,545	4,827	14,372	66.4%	33.6%
RS	606,142	298,607	904,749	67.0%	33.0%
SE	30,193	27,262	57,455	52.6%	47.4%
SC	249,837	130,270	380,107	65.7%	34.3%
SP	2,199,704	1,513,214	3,712,918	59.2%	40.8%
TO	19,837	8,802	28,639	69.3%	30.7%
BR	6,320,038	4,126,045	10,446,083	60.5%	39.5%



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Perfil do Declarante do IRPF 1998 - Distribuição por Meio de Entrega

UF	Declaração em Formulário	Declaração em Disquete	Declaração via Internet	Total de Declarações	Formulário (%)	Disquete (%)	Internet (%)
AC	4,080	8,957	3,194	16,231	25.1%	55.2%	19.7%
AL	25,733	20,573	19,739	66,045	39.0%	31.1%	29.9%
AM	28,089	30,620	19,155	77,864	36.1%	39.3%	24.6%
AP	7,237	9,767	2,631	19,635	36.9%	49.7%	13.4%
BA	132,529	103,730	105,208	341,467	38.8%	30.4%	30.8%
CE	86,350	90,913	35,244	212,507	40.6%	42.8%	16.6%
DF	50,770	114,317	112,437	277,524	18.3%	41.2%	40.5%
ES	40,226	100,772	33,450	174,448	23.1%	57.8%	19.2%
EX	1,000	531	781	2,312	43.3%	23.0%	33.8%
GO	55,992	91,428	77,938	225,358	24.8%	40.6%	34.6%
MA	46,049	33,709	11,616	91,374	50.4%	36.9%	12.7%
MG	317,663	493,916	251,917	1,063,496	29.9%	46.4%	23.7%
MS	17,888	53,554	33,746	105,188	17.0%	50.9%	32.1%
MT	23,957	49,839	35,647	109,443	21.9%	45.5%	32.6%
PA	50,298	58,998	18,106	127,402	39.5%	46.3%	14.2%
PB	24,922	18,702	40,800	84,424	29.5%	22.2%	48.3%
PE	101,089	98,841	49,854	249,784	40.5%	39.6%	20.0%
PI	28,030	24,654	8,481	61,165	45.8%	40.3%	13.9%
PR	122,478	355,119	183,720	661,317	18.5%	53.7%	27.8%
RJ	584,062	424,698	239,389	1,248,149	46.8%	34.0%	19.2%
RN	23,431	20,863	39,339	83,633	28.0%	24.9%	47.0%
RO	13,237	25,728	10,112	49,077	27.0%	52.4%	20.6%
RR	4,956	8,032	1,384	14,372	34.5%	55.9%	9.6%
RS	260,528	455,412	188,809	904,749	28.8%	50.3%	20.9%
SC	60,035	193,448	126,624	380,107	15.8%	50.9%	33.3%
SE	19,432	17,697	20,326	57,455	33.8%	30.8%	35.4%
SP	982,584	1,827,140	903,194	3,712,918	26.5%	49.2%	24.3%
TO	7,591	15,619	5,429	28,639	26.5%	54.5%	19.0%
BR	3,120,236	4,747,577	2,578,270	10,446,083	29.9%	45.4%	24.7%



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Perfil do Declarante do IRPF 1998 - Distribuição Etária nos Estados

Maiores Indicadores por Faixa

UF	Até 21 anos	21 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 a 59 anos	60 a 69 anos	70 a 79 anos	80 anos ou mais	Total
AC	0,7%	2,0%	8,7%	16,0%	17,1%	30,1%	15,8%	7,2%	2,1%	0,4%	16.231
AL	1,0%	2,3%	7,7%	12,6%	15,4%	30,1%	17,7%	8,7%	3,5%	1,0%	66.045
AM	1,0%	2,8%	9,9%	15,0%	17,7%	30,1%	15,0%	6,1%	2,0%	0,5%	77.864
AP	1,0%	3,0%	13,0%	17,6%	17,9%	28,3%	13,0%	4,9%	1,1%	0,2%	19.635
BA	0,8%	2,1%	8,1%	13,1%	15,7%	29,5%	16,9%	9,1%	3,6%	1,1%	341.467
CE	1,2%	2,5%	8,5%	13,5%	15,5%	27,8%	17,1%	9,1%	3,7%	1,1%	212.507
DF	1,4%	2,7%	9,8%	14,7%	15,8%	28,8%	16,5%	7,6%	2,2%	0,4%	277.524
ES	1,0%	2,3%	8,2%	13,7%	16,2%	30,3%	16,0%	8,5%	3,0%	0,8%	174.448
GO	1,5%	3,1%	9,7%	14,3%	16,1%	27,9%	15,9%	7,8%	2,9%	0,8%	225.358
MA	1,3%	2,7%	8,6%	13,7%	15,9%	29,5%	16,9%	7,9%	2,8%	0,7%	91.374
MG	1,0%	2,4%	8,8%	13,6%	15,7%	28,5%	16,8%	8,8%	3,5%	1,1%	1.063.496
MS	1,2%	2,8%	8,9%	13,7%	16,1%	28,6%	16,2%	8,4%	3,2%	0,9%	105.188
MT	1,3%	3,3%	10,6%	15,9%	17,9%	29,2%	13,9%	5,9%	1,7%	0,4%	109.443
PA	0,9%	2,1%	7,8%	12,9%	15,8%	30,7%	17,3%	8,5%	3,1%	0,9%	127.402
PB	1,1%	2,2%	7,5%	12,2%	14,5%	28,8%	18,3%	10,1%	4,0%	1,3%	84.424
PE	0,9%	2,1%	7,8%	11,8%	14,3%	28,0%	18,9%	10,5%	4,5%	1,3%	249.784
PI	0,9%	2,0%	7,5%	12,7%	15,7%	30,5%	17,4%	8,8%	3,5%	1,1%	61.165
PR	1,2%	2,9%	9,8%	14,6%	15,8%	27,8%	16,1%	8,0%	3,0%	0,8%	661.317
RJ	0,9%	1,7%	6,6%	10,2%	12,7%	27,1%	18,5%	13,1%	6,7%	2,6%	1.248.149
RN	1,0%	2,0%	7,3%	12,6%	15,5%	29,5%	17,9%	9,0%	3,9%	1,2%	83.633
RO	0,9%	2,7%	9,7%	16,9%	20,6%	31,6%	12,3%	4,3%	0,9%	0,1%	49.077
RR	1,3%	3,0%	11,3%	17,7%	19,8%	30,3%	11,2%	4,0%	1,3%	0,1%	14.372
RS	1,0%	2,4%	8,2%	12,6%	15,3%	28,8%	17,5%	9,2%	3,7%	1,2%	904.749
SE	1,3%	2,3%	7,8%	12,8%	15,9%	30,7%	17,1%	7,7%	3,3%	1,2%	57.455
SC	1,8%	3,3%	10,1%	14,9%	16,7%	29,2%	14,8%	6,5%	2,2%	0,5%	380.107
SP	0,9%	2,7%	9,5%	13,7%	15,1%	27,7%	16,6%	9,0%	3,7%	1,1%	3.712.918
TO	1,6%	3,3%	11,6%	17,2%	17,5%	27,2%	13,3%	6,2%	1,7%	0,5%	28.639
BR	1,0%	2,5%	8,8%	13,3%	15,2%	28,2%	16,8%	9,1%	3,8%	1,2%	10.443.771



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Perfil do Declarante do IRPF 1998 - Distribuição por Sexo

UF	Homens	Mulheres	Total	Homens (%)	Mulheres (%)
AC	9.922	6.309	16.231	61,1%	38,9%
AL	39.588	26.457	66.045	59,9%	40,1%
AM	49.499	28.365	77.864	63,6%	36,4%
AP	10.690	8.945	19.635	54,4%	45,6%
BA	217.706	123.761	341.467	63,8%	36,2%
CE	127.371	85.136	212.507	59,9%	40,1%
DF	156.947	120.577	277.524	56,6%	43,4%
ES	114.290	60.158	174.448	65,5%	34,5%
EX	1.464	848	2.312	63,3%	36,7%
GO	149.292	76.066	225.358	66,2%	33,8%
MA	56.146	35.228	91.374	61,4%	38,6%
MG	692.072	371.424	1.063.496	65,1%	34,9%
MS	71.198	33.990	105.188	67,7%	32,3%
MT	72.174	37.269	109.443	65,9%	34,1%
PA	82.108	45.294	127.402	64,4%	35,6%
PB	51.748	32.676	84.424	61,3%	38,7%
PE	152.894	96.890	249.784	61,2%	38,8%
PI	39.040	22.125	61.165	63,8%	36,2%
PR	434.123	227.194	661.317	65,6%	34,4%
RJ	770.730	477.419	1.248.149	61,7%	38,3%
RN	52.552	31.081	83.633	62,8%	37,2%
RO	30.562	18.515	49.077	62,3%	37,7%
RR	8.099	6.273	14.372	56,4%	43,6%
RS	574.757	329.992	904.749	63,5%	36,5%
SC	251.263	128.844	380.107	66,1%	33,9%
SE	35.810	21.645	57.455	62,3%	37,7%
SP	2.425.710	1.287.208	3.712.918	65,3%	34,7%
TO	18.745	9.894	28.639	65,5%	34,5%
BR	6.696.500	3.749.583	10.446.083	64,1%	35,9%



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Perfil do Declarante do IRPF 1998 - Distribuição por Profissões / Sexo

Profissões	Homens	Mulheres	Total	Homens (%)	Mulheres (%)
Administrador	60.315	23.412	83.727	72,0%	
Advogado	60.517	32.270	92.787	65,2%	
Agrônomo	23.777	2.344	26.121	91,0%	
Analista de Sistemas	60.511	20.888	81.399	74,3%	
Arquiteto	12.741	11.964	24.705	51,6%	
Assistente Social	664	20.958	21.622		96,9%
Astrônomo e Meteorologista	211	104	315	67,0%	
Atuario e Matematico	525	423	948	55,4%	
Bibliotecario, Arquivista, Museologo e Arqueologo	770	8.331	9.101		91,5%
Biologo e Biomedico	3.441	6.903	10.344		66,7%
Comissario de bordo	2.328	3.655	5.983		61,1%
Comunicologo	513	1.084	1.597		67,9%
Contador	49.969	16.974	66.943	74,6%	
Desenhista industrial	5.155	1.268	6.423	80,3%	
Economista	26.793	8.749	35.542	75,4%	
Enfermeiro e Nutricionista	5.001	50.295	55.296		91,0%
Engenheiro	196.160	18.598	214.758	91,3%	
Estatistico	1.101	901	2.002	55,0%	
Farmacutico	7.031	13.074	20.105		65,0%
Fisico	2.072	495	2.567	80,7%	
Fisioterapeuta e Terapeuta Ocupacional	2.800	10.223	13.023		78,5%
Fonoaudiologo	256	6.052	6.308		95,9%
Geografo	461	679	1.140		59,6%
Geologo	3.982	514	4.496	88,6%	
Jornalista	11.112	9.628	20.740	53,6%	
Medico	105.260	58.802	164.062	64,2%	
Odontologo	45.692	44.841	90.533	50,5%	
Profissionais de Letras e de Artes	823	2.362	3.185		74,2%
Psicologo	3.916	30.052	33.968		88,5%
Publicitario	10.204	7.825	18.029	56,6%	
Quimico	8.562	3.855	12.417	69,0%	
Relacoes Publicas	982	2.531	3.513		72,0%
Sociologo	1.027	2.515	3.542		71,0%
Tecnologo	9.417	1.611	11.028	85,4%	
Veterinario e Zootecnista	11.891	3.618	15.509	76,7%	
Total	735.980	427.798	1.163.778	63,2%	36,8%



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Perfil do Declarante do IRPF 1998 - Distribuição por Natureza de Ocupação nos Estados

Maiores Indicadores por Natureza da Ocupação

UF	Setor Privado	Profissional Liberal	Proprietário Empresa	Admin. Direta	Autarquia Fundação	Empresa Pública	Rendim. Capital	Aposentado Pensionista	Outros	Total
AC	3,7%	3,8%	26,9%	30,1%	11,3%	10,9%	0,2%	7,8%	5,1%	16.231
AL	9,9%	7,5%	28,5%	16,9%	7,2%	10,6%	0,4%	12,5%	6,5%	66.045
AM	20,5%	7,1%	22,8%	20,6%	6,5%	8,5%	0,5%	7,3%	6,2%	77.864
AP	5,1%	5,0%	19,3%	51,5%	4,5%	4,5%	0,2%	5,3%	4,6%	19.635
BA	16,0%	8,8%	28,9%	11,3%	3,9%	11,0%	0,6%	11,5%	8,0%	341.467
CE	9,2%	7,0%	38,0%	13,0%	6,0%	9,1%	0,4%	11,0%	6,4%	212.507
DF	10,4%	4,9%	15,2%	22,9%	16,8%	11,3%	0,5%	12,0%	6,0%	277.524
ES	15,5%	8,9%	32,6%	12,4%	3,2%	8,5%	0,5%	12,0%	6,3%	174.448
GO	10,7%	10,4%	41,3%	9,5%	4,4%	8,0%	0,8%	7,1%	7,9%	225.358
MA	9,8%	9,4%	31,5%	15,8%	7,8%	9,6%	0,2%	9,5%	6,5%	91.374
MG	15,3%	9,6%	37,8%	9,8%	3,6%	6,2%	0,9%	11,4%	5,4%	1.063.496
MS	8,7%	11,2%	36,9%	13,9%	4,7%	6,5%	0,9%	7,1%	10,1%	105.188
MT	8,9%	11,1%	40,0%	12,9%	5,3%	6,8%	0,5%	4,3%	10,2%	109.443
PA	12,2%	8,9%	23,7%	17,0%	8,4%	10,7%	0,6%	11,0%	7,5%	127.402
PB	7,1%	7,5%	30,2%	16,0%	10,4%	9,2%	0,5%	13,7%	5,4%	84.424
PE	13,2%	8,0%	25,3%	14,7%	5,8%	10,3%	0,6%	15,3%	6,7%	249.784
PI	5,6%	6,4%	36,2%	15,5%	7,3%	10,8%	0,2%	11,5%	6,6%	61.165
PR	15,2%	10,9%	39,1%	9,0%	3,4%	6,9%	0,9%	8,2%	6,5%	661.317
RJ	19,7%	9,2%	17,4%	12,6%	4,1%	8,0%	1,3%	20,4%	7,3%	1.248.145
RN	7,6%	5,7%	29,2%	17,0%	9,1%	11,1%	0,3%	14,5%	5,4%	83.633
RO	4,5%	7,6%	34,2%	29,7%	7,4%	8,1%	0,3%	2,3%	5,7%	49.077
RR	4,3%	6,3%	31,4%	38,8%	4,9%	6,5%	0,2%	2,6%	5,0%	14.372
RS	14,9%	9,8%	38,2%	9,9%	3,0%	6,0%	0,8%	12,1%	5,2%	904.745
SE	9,2%	7,9%	24,8%	16,8%	6,0%	15,2%	0,5%	13,8%	5,8%	57.455
SC	14,5%	7,5%	45,6%	8,7%	3,3%	6,9%	0,5%	8,7%	4,2%	380.107
SP	29,4%	8,8%	27,3%	8,7%	2,2%	5,3%	1,8%	11,0%	5,4%	3.712.918
TO	5,8%	9,4%	44,2%	17,3%	6,0%	5,2%	0,3%	3,0%	8,8%	28.635
BR	19,8%	8,9%	30,2%	11,1%	3,9%	7,0%	1,1%	11,9%	6,0%	10.446.083



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Perfil do Declarante do IRPF 1998 - Distribuição dos Rendimentos Tributáveis

UF	Declaração Simplificada		Declaração Completa		Valor Médio - R\$	
	Rendimentos Tributáveis R\$	Quantidade	Rendimentos Tributáveis R\$	Quantidade	Simplificada	Completa
AC	95.409.008,72	7.197	217.987.009,17	7.538	13.256,77	28.918,41
AL	404.686.917,11	32.818	865.734.896,69	27.644	12.331,25	31.317,28
AM	522.639.232,10	36.504	1.083.130.926,79	35.135	14.317,31	30.827,69
AP	127.119.607,30	9.395	228.145.410,49	8.888	13.530,56	25.668,93
BA	1.981.747.317,65	172.639	3.971.508.049,18	142.210	11.479,14	27.927,07
CE	1.272.833.017,20	116.500	2.257.901.555,40	74.134	10.925,61	30.457,03
DF	2.735.521.759,69	133.699	5.141.177.034,57	131.541	20.460,30	39.084,22
ES	1.108.596.877,93	91.891	2.021.793.895,61	72.866	12.064,26	27.746,74
EX	14.027.905,69	734	34.861.563,75	1.384	19.111,59	25.188,99
GO	1.323.661.938,43	128.092	2.063.370.648,22	82.203	10.333,68	25.100,92
MA	483.440.025,52	47.825	980.222.625,69	36.481	10.108,52	26.869,40
MG	7.557.356.249,15	667.662	9.840.379.438,72	345.291	11.319,13	28.498,80
MS	599.899.179,33	54.150	1.091.569.632,70	44.348	11.078,47	24.613,73
MT	634.129.405,55	59.324	1.035.577.802,17	42.382	10.689,26	24.434,38
PA	775.508.805,65	61.245	1.674.445.204,64	60.364	12.662,40	27.739,14
PB	534.999.846,34	45.873	976.055.176,71	33.645	11.662,63	29.010,41
PE	1.590.431.752,97	130.037	3.231.174.766,24	105.973	12.230,61	30.490,55
PI	380.463.568,60	35.689	576.852.446,52	18.765	10.660,53	30.740,87
PR	4.541.861.372,47	386.269	6.413.528.648,54	248.235	11.758,29	25.836,52
RJ	10.599.277.266,25	687.634	16.905.685.076,78	518.253	15.414,13	32.620,53
RN	536.003.242,15	41.968	1.028.375.994,49	33.716	12.771,71	30.501,13
RO	291.529.358,41	26.400	519.068.982,15	20.661	11.042,78	25.123,13
RR	106.466.168,64	7.830	105.338.456,33	4.701	13.597,21	22.407,67
RS	6.268.241.227,00	560.269	8.363.770.670,64	290.531	11.187,91	28.787,88
SC	2.457.181.577,22	232.378	3.351.085.757,11	126.326	10.574,07	26.527,28
SE	352.580.806,33	27.556	813.125.548,18	26.745	12.795,06	30.402,90
SP	30.108.083.807,40	2.091.651	46.003.244.860,46	1.480.782	14.394,41	31.066,86
TO	167.439.798,29	18.660	192.688.364,48	8.522	8.973,19	22.610,70
BR	77.571.137.039,09	5.911.889	120.987.800.442,42	4.029.264	13.121,21	30.027,27



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Perfil do Declarante do IRPF 1998 - Distribuição por Natureza da Ocupação e Faixa de Renda

Indicadores de Concentração Estado de SÃO PAULO

Setor Privado (%)	Profissional Liberal (%)	Proprietário Empresa (%)	Administ. Direta (%)	Autarquia Fundação (%)	Empresa Pública (%)	Rendim. Capital (%)	Aposentado Pensionista (%)	Outros (%)	Total de Declarantes
13,0	9,6	50,2	4,7	1,2	1,4	1,3	12,9	5,7	1.470.521
33,7	11,6	19,7	11,6	2,6	4,8	2,0	10,3	3,7	895.111
48,0	6,0	8,4	12,0	3,0	8,4	2,1	9,5	2,7	428.611
47,3	6,0	7,8	11,9	3,1	10,7	2,4	8,6	2,4	251.741
48,0	5,6	6,7	11,1	3,0	12,3	2,0	9,1	2,2	152.341
45,5	5,7	6,2	10,9	3,6	13,6	2,1	10,3	2,1	183.751
44,3	6,5	6,2	10,8	3,7	12,8	2,3	11,3	2,1	98.221
43,4	7,6	7,1	10,8	3,6	11,6	2,5	11,4	2,1	55.711
41,3	8,8	7,4	12,7	4,1	10,2	2,6	10,8	2,1	58.521
39,2	11,4	8,8	12,3	3,0	7,3	2,9	12,5	2,7	26.321
40,1	11,7	13,8	11,9	2,1	3,1	4,2	9,9	3,1	38.831
29,8	8,9	27,7	8,9	2,2	5,4	1,8	11,2	4,0	3.659.721



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Perfil do Declarante do IRPF 1998 - Distribuição por Faixa de Renda Mensal nos Estados

Maiores Indicadores por Faixa de Renda

UF	Até R\$1.000	R\$1.001 a R\$1.500	R\$1.501 a R\$2.000	R\$2.001 a R\$2.500	R\$2.501 a R\$3.000	R\$3.001 a R\$4.000	R\$4.001 a R\$5.000	R\$5.001 a R\$6.000	R\$6.001 a R\$8.000	R\$8.001 a R\$10.000	Acima de R\$10.000
AC	42,7%	22,9%	10,7%	6,6%	4,6%	5,1%	2,3%	1,5%	1,6%	0,9%	1,0%
AL	44,7%	21,8%	10,5%	6,1%	3,8%	4,8%	2,7%	1,5%	2,3%	0,8%	0,8%
AM	39,8%	24,6%	11,7%	6,7%	4,2%	4,9%	2,4%	1,6%	1,6%	1,1%	1,3%
AP	39,9%	27,0%	12,5%	8,0%	4,4%	3,7%	1,6%	0,8%	0,8%	0,5%	0,8%
BA	47,2%	21,8%	9,9%	6,4%	4,1%	4,7%	2,4%	1,3%	1,2%	0,5%	0,6%
CE	52,3%	18,6%	9,0%	5,4%	3,9%	4,5%	2,4%	1,3%	1,5%	0,6%	0,6%
DF	27,8%	20,0%	12,3%	9,1%	6,8%	8,8%	4,8%	2,9%	3,5%	1,8%	2,2%
ES	46,5%	20,4%	10,8%	6,4%	4,4%	4,8%	2,6%	1,5%	1,5%	0,5%	0,5%
GO	55,7%	20,8%	7,6%	4,4%	2,9%	3,6%	2,0%	1,1%	1,0%	0,5%	0,4%
MA	53,1%	21,0%	9,2%	5,0%	3,0%	3,7%	1,8%	1,1%	0,9%	0,5%	0,8%
MG	50,8%	21,9%	9,5%	5,5%	3,4%	3,7%	1,9%	1,1%	1,1%	0,4%	0,6%
MS	51,0%	23,0%	9,0%	5,0%	3,6%	3,5%	1,8%	1,1%	0,9%	0,4%	0,7%
MT	57,0%	20,9%	7,1%	4,2%	2,5%	2,9%	1,9%	1,4%	1,0%	0,4%	0,6%
PA	40,8%	24,7%	11,3%	7,3%	4,3%	5,0%	2,5%	1,4%	1,4%	0,6%	0,7%
PB	46,7%	19,8%	10,7%	6,7%	4,4%	5,2%	2,4%	1,4%	1,5%	0,6%	0,5%
PE	42,3%	23,2%	11,6%	6,4%	3,9%	5,3%	2,8%	1,6%	1,6%	0,6%	0,7%
PI	56,1%	18,9%	7,3%	4,8%	2,9%	4,0%	1,9%	1,3%	1,5%	0,6%	0,8%
PR	49,4%	23,7%	9,5%	5,5%	3,3%	3,6%	1,9%	1,1%	1,0%	0,5%	0,6%
RJ	35,3%	26,0%	11,8%	7,3%	4,7%	6,0%	3,3%	1,8%	1,8%	0,9%	1,1%
RN	44,9%	20,2%	10,8%	6,4%	4,7%	5,5%	2,9%	1,6%	1,7%	0,6%	0,7%
RO	49,2%	22,2%	10,1%	6,2%	3,7%	3,9%	1,6%	0,9%	0,9%	0,4%	0,7%
RR	50,5%	24,5%	10,9%	4,6%	2,9%	2,9%	1,4%	0,7%	0,8%	0,4%	0,4%
RS	52,9%	21,5%	8,3%	5,0%	3,2%	3,7%	1,9%	1,1%	1,2%	0,7%	0,6%
SC	55,1%	20,0%	8,4%	5,0%	3,1%	3,4%	1,8%	1,0%	1,2%	0,5%	0,5%
SE	40,3%	20,9%	11,0%	7,6%	5,8%	6,3%	3,0%	1,8%	1,8%	0,6%	0,7%
SP	40,4%	24,4%	11,7%	6,8%	4,1%	5,0%	2,7%	1,5%	1,6%	0,7%	1,1%
TO	62,0%	19,2%	7,0%	3,9%	2,1%	2,7%	1,2%	0,6%	0,5%	0,4%	0,3%
BR	44,4%	23,1%	10,5%	6,3%	4,0%	4,7%	2,5%	1,4%	1,5%	0,7%	0,9%



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Perfil do Declarante do IRPF 1998 - Distribuição por Natureza da Ocupação e Faixa de Renda

Indicadores de Concentração Estado de SÃO PAULO

Percentil	Profissional Liberal (%)	Proprietário Empresa (%)	Administ. Direta (%)	Autarquia Fundação (%)	Empresa Pública (%)	Rendim. Capital (%)	Aposentado Pensionista (%)	Outros (%)	Total de Declarantes
3,0	9,6	50,2	4,7	1,2	1,4	1,3	12,9	5,7	1.470.520
3,7	11,6	19,7	11,6	2,6	4,8	2,0	10,3	3,7	895.110
8,0	6,0	8,4	12,0	3,0	8,4	2,1	9,5	2,7	428.610
7,3	6,0	7,8	11,9	3,1	10,7	2,4	8,6	2,4	251.740
8,0	5,6	6,7	11,1	3,0	12,3	2,0	9,1	2,2	152.340
5,5	5,7	6,2	10,9	3,6	13,6	2,1	10,3	2,1	183.750
4,3	6,5	6,2	10,8	3,7	12,8	2,3	11,3	2,1	98.220
3,4	7,6	7,1	10,8	3,6	11,6	2,5	11,4	2,1	55.710
1,3	8,8	7,4	12,7	4,1	10,2	2,6	10,8	2,1	58.520
9,2	11,4	8,8	12,3	3,0	7,3	2,9	12,5	2,7	26.320
0,1	11,7	13,8	11,9	2,1	3,1	4,2	9,9	3,1	38.830
9,8	8,9	27,7	8,9	2,2	5,4	1,8	11,2	4,0	3.659.720



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Perfil do Declarante do IRPF 1998 - Distribuição por Faixa de Renda Mensal nos Estados

Indicadores de Concentração

UF	Até R\$1.000	R\$1.001	R\$1.501	R\$2.001	R\$2.501	R\$3.001	R\$4.001	R\$5.001	R\$6.001	R\$8.001 a	Acima d
		a R\$1.500	R\$2.000	R\$2.500	R\$3.000	R\$4.000	R\$5.000	R\$6.000	R\$8.000	R\$10.000	R\$10.00
AC	42,7%	22,9%	10,7%	6,6%	4,6%	5,1%	2,3%	1,5%	1,6%	0,9%	1,0%
AL	44,7%	21,8%	10,5%	6,1%	3,8%	4,8%	2,7%	1,5%	2,3%	0,8%	0,8%
AM	39,8%	24,6%	11,7%	6,7%	4,2%	4,9%	2,4%	1,6%	1,6%	1,1%	1,3%
AP	39,9%	27,0%	12,5%	8,0%	4,4%	3,7%	1,6%	0,8%	0,8%	0,5%	0,8%
BA	47,2%	21,8%	9,9%	6,4%	4,1%	4,7%	2,4%	1,3%	1,2%	0,5%	0,6%
CE	52,3%	18,6%	9,0%	5,4%	3,9%	4,5%	2,4%	1,3%	1,5%	0,6%	0,6%
DF	27,8%	20,0%	12,3%	9,1%	6,8%	8,8%	4,8%	2,9%	3,5%	1,8%	2,2%
ES	46,5%	20,4%	10,8%	6,4%	4,4%	4,8%	2,6%	1,5%	1,5%	0,5%	0,5%
GO	55,7%	20,8%	7,6%	4,4%	2,9%	3,6%	2,0%	1,1%	1,0%	0,5%	0,4%
MA	53,1%	21,0%	9,2%	5,0%	3,0%	3,7%	1,8%	1,1%	0,9%	0,5%	0,8%
MG	50,8%	21,9%	9,5%	5,5%	3,4%	3,7%	1,9%	1,1%	1,1%	0,4%	0,6%
MS	51,0%	23,0%	9,0%	5,0%	3,6%	3,5%	1,8%	1,1%	0,9%	0,4%	0,7%
MT	57,0%	20,9%	7,1%	4,2%	2,5%	2,9%	1,9%	1,4%	1,0%	0,4%	0,6%
PA	40,8%	24,7%	11,3%	7,3%	4,3%	5,0%	2,5%	1,4%	1,4%	0,6%	0,7%
PB	46,7%	19,8%	10,7%	6,7%	4,4%	5,2%	2,4%	1,4%	1,5%	0,6%	0,5%
PE	42,3%	23,2%	11,6%	6,4%	3,9%	5,3%	2,8%	1,6%	1,6%	0,6%	0,7%
PI	56,1%	18,9%	7,3%	4,8%	2,9%	4,0%	1,9%	1,3%	1,5%	0,6%	0,8%
PR	49,4%	23,7%	9,5%	5,5%	3,3%	3,6%	1,9%	1,1%	1,0%	0,5%	0,6%
RJ	35,3%	26,0%	11,8%	7,3%	4,7%	6,0%	3,3%	1,8%	1,8%	0,9%	1,1%
RN	44,9%	20,2%	10,8%	6,4%	4,7%	5,5%	2,9%	1,6%	1,7%	0,6%	0,7%
RO	49,2%	22,2%	10,1%	6,2%	3,7%	3,9%	1,6%	0,9%	0,9%	0,4%	0,7%
RR	50,5%	24,5%	10,9%	4,6%	2,9%	2,9%	1,4%	0,7%	0,8%	0,4%	0,4%
RS	52,9%	21,5%	8,3%	5,0%	3,2%	3,7%	1,9%	1,1%	1,2%	0,7%	0,6%
SC	55,1%	20,0%	8,4%	5,0%	3,1%	3,4%	1,8%	1,0%	1,2%	0,5%	0,5%
SE	40,3%	20,9%	11,0%	7,6%	5,8%	6,3%	3,0%	1,8%	1,8%	0,6%	0,7%
SP	40,4%	24,4%	11,7%	6,8%	4,1%	5,0%	2,7%	1,5%	1,6%	0,7%	1,1%
TO	62,0%	19,2%	7,0%	3,9%	2,1%	2,7%	1,2%	0,6%	0,5%	0,4%	0,3%
BR	44,4%	23,1%	10,5%	6,3%	4,0%	4,7%	2,5%	1,4%	1,5%	0,7%	0,9%

Anexo 6 : Declaração por Telefone – 2000

Roteiro para Contribuinte

É fácil declarar pelo telefone

IR-Fone ...

Integra o serviço de atendimento telefônico da Secretaria da Receita Federal - RECEITAFONE, com 20 milhões de ligações recebidas em 1999.

1 Preencha o Roteiro

Incluído no folheto e feito para facilitar e economizar seu tempo de ligação.



2 Ligue

0300 - 78 - 0300

O serviço funciona 24 horas por dia, 7 dias na semana.



3 Guarde o roteiro da declaração.

Não envie pelo Correio.



Você pode declarar o IR pelo telefone se:

- ◆ leve, em 31/12/1999, a posse ou propriedade de bens ou direitos de valor total não superior a R\$ 20.000,00; e
- ◆ fizer a opção pela tributação simplificada, utilizando o desconto de 20% dos rendimentos em substituição às deduções previstas na legislação, limitado a R\$ 8.000,00.

Utilize uma linha telefônica direta.

- Não faça uso de aparelho ligado em PABX.
- Evite usar telefone celular em local sujeito a interferências.
- Utilize, de preferência, aparelho com teclado na base.

Você utilizará poucos minutos para fazer a declaração pelo telefone

1. Preencha o roteiro da declaração e, em seguida, disque cada informação no telefone;
2. Se não concordar com a informação confirmada por voz, retorne e disque novamente a informação;
3. Ouça e anote, no próprio roteiro, os valores calculados pelo sistema telefônico;
4. Ao final da declaração, ouça e anote o número de registro de entrega da declaração. Ele é a sua garantia de que a Receita Federal recebeu corretamente as informações.

Ocorrendo problemas com o telefone

Se por algum motivo o sistema não interpretar corretamente a informação, tente mais uma vez ou utilize outro aparelho.

Se encontrar dificuldade, faça a declaração por outro meio de entrega.

○ prazo vai até 28 de abril de 2000
às 20:00 hs.

Nome do declarante

Número do telefone utilizado

CPF do declarante

Data de Nascimento

Título de eleitor

CPF do cônjuge

Cód. Ocupação

Natureza

Antes de preencher seus dados, consulte as instruções da Declaração Simplificada.

Declaração de Bens - Situação em 21/12/1999

Proprietário do carro, moto, caminhão, trator, barco a motor ou outro veículo.

Proprietário de casa, apartamento, loja, terreno, lote, chácara ou outro imóvel.

Titular de conta bancária, caderneta de poupança ou outro investimento.

Valor total do seu patrimônio em 31/12/1998.

Valor total do seu patrimônio em 31/12/1999.

Sim

Não

Cálculo da Declaração (R\$)

IMPOSTO DEVIDO

Ouçã e Anote

Rendimentos

Imposto na fonte

Ouçã e Anote

Carnê-leão / Mensalão

SALDO DO IMPOSTO A PAGAR

IMPOSTO A RESTITUIR

Rendimentos isentos e não-tributáveis

Rendimentos sujeitos à tributação exclusiva

! Havendo restituição de imposto, esta será encaminhada ao Banco do Brasil S.A.

Número

Ouçã e anote o número de entrega da declaração. Ele é a sua garantia de que a declaração foi enviada à Receita Federal.

Data

Guarde o Roteiro como documento.

Anexo 7 : Declaração de Isento – 1998(Formulário)

Anexo 8 : Declaração de Isento – 1999(Lotéricas)

Declaração de Isento **99**

NÚMERO DO CPF MARQUE O NÚMERO POR COLUNA										NASCIMENTO MARQUE O NÚMERO POR COLUNA			TÍTULO DE ELEITOR MARQUE O NÚMERO EM ARQUE A PARTIR DA ESQUERDA										Possui conta em banco?		Possui veículo?		Possui imóvel?		E dependente de declarante do I Renda?															
										DIA	MES	ANO																																
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1						
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2						
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3					
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6		
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7		
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	
9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9

Veja instruções no verso



Secretaria da Receita Federal
Cadastro de Pessoas Físicas - CPF

Anexo 9 : Bill Gates – Business at the Speed of Thought



Ministério da Fazenda

Secretaria da Receita Federal

Reconhecimento da Microsoft

A Secretaria da Receita Federal recebeu a seguinte correspondência da Microsoft do Brasil:

"Temos a satisfação de anunciar a V.Sa. que o "case" Receitanet - Entrega de declarações de Imposto de Renda via Internet, acaba de ser publicado no novo site do Bill Gates - "Business at Speed of Thought" que está sendo liberado concomitantemente ao lançamento do livro de mesmo nome.

O Receitanet foi selecionado, dentre outros cases, por se tratar de uma solução inédita em nível mundial e por atender aos requisitos definidos por Bill Gates na sua conceituação de "Digital Nervous System".

Aproveitamos a oportunidade para parabenizar a equipe da Secretaria da Receita Federal pela iniciativa e para agradecer a confiança depositada na plataforma Microsoft."

Para maior detalhamento das informações, acesse os links apropriados para versão em português e inglês:

Site Bill Gates - Business at Speed of Thought: <http://www.speed-of-thought.com>

Case em Português: <http://www.speed-of-thought.com/additional/brazil2.html>

Case in English: <http://www.speed-of-thought.com/additional/brazil.html>

Site Mundial da Microsoft: <http://www.microsoft.com>

looking @ the book

ADDITIONAL READING

Brasil é Pioneiro na Declaração de Impostos via Internet

Vários países, incluindo os Estados Unidos e Austrália, permitem que os contribuintes preencham suas declarações de imposto de renda eletronicamente, mas o Brasil é o primeiro país capaz de processar tais declarações em larga escala via Internet.

Nos Estados Unidos e na Austrália, as declarações são remetidas através de conexões proprietárias, sendo que na Austrália são aceitas somente por órgãos oficiais de arrecadação, que administram cerca de 90% das restituições de impostos. O Brasil permite que pessoas físicas e jurídicas preencham e enviem diretamente suas declarações.

Este projeto brasileiro originou-se a partir de um programa disponibilizado em 1990. Desde então a Secretaria da Receita Federal tem distribuído um programa desenvolvido inicialmente pelo SERPRO, e a partir de 1996 pelos próprios técnicos da Receita Federal, que efetua os cálculos da declaração de imposto de renda anual.

Este programa previa que caso o contribuinte tivesse preenchido a declaração do ano anterior, ele poderia partir desta declaração para inserir os novos dados, evitando a redigitação. A disponibilidade desta informação também permite ao sistema realizar análises em background, notificando o contribuinte no caso de omissões ou informações incompletas/inconsistentes.

No final do processo o programa gera um disquete com todas as informações do contribuinte, que, por sua vez, entregava seu disquete pessoalmente nas delegacias da Receita Federal, o que algumas vezes significava uma longa fila de espera. Este foi o primeiro e importante passo para a automação do preenchimento e da entrega das declarações de imposto de renda. Em 1996, aproximadamente 40% das declarações foram submetidas através de disquetes.

O SERPRO (Serviço de Processamento de Dados) foi encarregado de aperfeiçoar o sistema de forma a permitir aos contribuintes enviar suas declarações anuais, já para o ano de 1997, via Internet. O SERPRO é o maior Provedor de serviços de informações tecnológicas no Brasil com 125.000 usuários em órgãos governamentais espalhados por 550 cidades. Fundado em 1964, o SERPRO desenvolve e provê serviços de suporte a vários órgãos governamentais brasileiros. Em 1997 sua receita alcançou a casa dos 800 milhões de dólares. Clientes estratégicos incluem a Receita Federal, Tesouro Nacional e alguns Ministérios. Os sistemas de administração dos serviços de alfândega, importação e exportação, orçamento federal, impostos e dívida pública, são desenvolvidos e mantidos pelo SERPRO.

Sob a direção estratégica do Secretário da Receita Federal, Dr. Everardo Maciel, a Receita Federal e o Serpro sabiam que tinham apenas uma única chance em tornar este projeto um sucesso. Dr. Everardo declarou claramente seus objetivos: recolher o que é devido ao governo, e fazê-lo da maneira mais fácil possível para o contribuinte.

Quarter overviews
about the author
e & o with Bill Gates
and how to use it
book progress

O Sr. Pedro Luiz César Gonçalves Bezerra, Diretor de Tecnologia, compôs uma sólida equipe, apostando no sucesso do projeto. O objetivo era disponibilizar o sistema para o processo de declaração de imposto de renda do ano de 1997, (ano base 1996), e um eventual recuo atrasaria o processo em um ano. "O piloto é *todo mundo*" era o lema que os conduzia.

Um Ano de Testes da Nova Solução

Antes de avançar no desenvolvimento da aplicação, equipes técnicas conjuntas da Receita Federal e do Serpro dispenderam aproximadamente 1 ano pesquisando e testando a nova solução. A maior preocupação era segurança, confiabilidade e desempenho, medido pela capacidade do sistema em suportar grandes picos de transações, especialmente durante os últimos dois dias de prazo para entrega das declarações. Era preciso encontrar uma solução que impedisse acessos desautorizados a informações tão sensíveis. Para isto, foram contratados consultores de segurança que tentaram quebrar o código de segurança do sistema, de forma a se testar e comprovar a confiabilidade da solução que tinham em mãos. Embora outros fornecedores e produtos tenham sido considerados, a equipe responsável escolheu a solução Microsoft devido a sua superioridade em vários aspectos, incluindo: características do produto, tecnologia, custos, condições contratuais, serviços e suporte e a capacidade técnica do parceiro.

Utilizando Visual C++, desenvolveu-se uma aplicação cliente proprietária que se comunica, via Internet, com uma aplicação proprietária de gateway, também desenvolvida em Visual C++. Este gateway recebe as informações do cliente e as envia para o SQL Server. O provedor de Soluções TBA Informática apoiou com suporte e programação Visual C++.

A fim de se minimizar o tempo de conexão à rede, boa parte do processo ocorre "off-line"- tais como, entrada de dados, cálculo dos impostos e restituição devidos e preparo do formulário de declaração. O envio propriamente dito do formulário de declaração leva cerca de 2 segundos – tempo suficiente para as fases de empacotamento e criptografia dos dados, validação, desempacotamento e geração de um recibo para o contribuinte. Uma vez que a declaração é submetida, esta é processada dentro de semanas, e uma notificação é enviada ao contribuinte. No caso de pessoa jurídica, a notificação é enviada via correio eletrônico. No caso de pessoa física, caso o endereço de e-mail tenha sido fornecido, esta também será a forma utilizada pelo governo para comunicar-se. Caso contrário a comunicação será por carta. O contribuinte pode, a qualquer momento, verificar o status da devolução de imposto de renda pela Internet.

O Sistema foi projetado com recursos redundantes, devido a extrema necessidade de confiabilidade e disponibilidade. Roteadores Cisco e quatro servidores Compaq são o backbone para administrar o recebimento e monitorar as entregas das declarações.

No mesmo site da Internet, a Receita mantém informações úteis para o contribuinte, incluindo instruções de preenchimento eletrônico da declaração, perguntas & respostas, além da capacidade de enviar perguntas via correio eletrônico. O site tem se demonstrado ser um endereço bastante visitado, com 1.800.000 acessos á pagina já contabilizados. Para aqueles que preferem atendimento pessoal, ou não tem acesso a Internet, existem repartições da

Receita equipadas com computadores com acesso a Internet que permitem o preenchimento da declaração.

A solução via Internet foi implementada em 30 de março de 1997, e foi disponibilizada ao público durante o mês de abril, o último mês para entrega das declarações de pessoas físicas. (O prazo de entrega para pessoas jurídicas é até maio). No último dia de prazo para entrega das declarações, foi registrado um total de aproximadamente 600.000 declarações recebidas – aproximadamente 500.000 de pessoas físicas e 100.000 de pessoas jurídicas. No último dia de entrega de pessoa física, a média foi de 10.000 declarações recebidas por hora e de 3 por segundo.

O governo decidiu recompensar os contribuintes que submetessem suas declarações via ReceitaNet dando prioridade na restituição destas declarações. Os contribuintes foram notificados sobre quando a restituição seria creditada e em que agência bancária estaria disponível. Este procedimento ajudou bastante a aumentar a confiança dos contribuintes no novo sistema. O ReceitaNet teve grande repercussão na imprensa e em seguida ganhou um prêmio de serviços da Revista brasileira Internet World.

No ano de 1998 mais de 2.7 milhões de pessoas físicas e 1.7 milhões de pessoas jurídicas utilizaram o sistema de declaração via Internet, registrando um total de 4.4 milhões de declarações eletrônicas. Uma média de mais de 9.000 declarações por dia foram recebidas no início de março de 1999.

Os benefícios para o governo da solução baseada em Internet incluem o fácil desenvolvimento e administração e a redução de custos operacionais. Entre os benefícios para o cidadão podemos citar a eliminação de tempo desperdiçado em filas e a diminuição do prazo de restituição, de mais de um ano para menos de alguns meses, dependendo da complexidade. O sucesso do programa incentivou o desenvolvimento de novos sistemas para o processamento de outros impostos do governo e fez com que a credibilidade do governo em prover eficientes serviços para a população crescesse de forma significativa.

[Back To Additional Reading](#)

Anexo 10 : Freqüências do SPSS

Frequencies

Statistics

		Sexo	Idade na Adoção	Rendimento Médio	Ocupação - CBO
N	Valid	573	547	573	573
	Missing	0	26	0	0
Mean		,53	31,45	\$13,349.91	507,93

Frequency Table

Sexo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	267	46,6	46,6	46,6
	1	306	53,4	53,4	100,0
Total		573	100,0	100,0	

Idade na Adoção

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	1	,2	,2	,2
	17	1	,2	,2	,4
	18	3	,5	,5	,9
	19	5	,9	,9	1,8
	20	11	1,9	2,0	3,8
	21	13	2,3	2,4	6,2
	22	28	4,9	5,1	11,3
	23	25	4,4	4,6	15,9
	24	21	3,7	3,8	19,7
	25	37	6,5	6,8	26,5
	26	35	6,1	6,4	32,9
	27	34	5,9	6,2	39,1
	28	41	7,2	7,5	46,6
	29	19	3,3	3,5	50,1
	30	16	2,8	2,9	53,0
	31	18	3,1	3,3	56,3
	32	25	4,4	4,6	60,9
	33	16	2,8	2,9	63,8
	34	21	3,7	3,8	67,6
	35	19	3,3	3,5	71,1
	36	17	3,0	3,1	74,2
	37	20	3,5	3,7	77,9
	38	11	1,9	2,0	79,9
	39	13	2,3	2,4	82,3
	40	17	3,0	3,1	85,4
	41	14	2,4	2,6	87,9
	42	10	1,7	1,8	89,8
	43	12	2,1	2,2	92,0
	44	10	1,7	1,8	93,8
	45	8	1,4	1,5	95,2
	46	4	,7	,7	96,0
	47	8	1,4	1,5	97,4
	48	1	,2	,2	97,6
	49	2	,3	,4	98,0
	51	2	,3	,4	98,4
	52	2	,3	,4	98,7
	56	1	,2	,2	98,9
	58	2	,3	,4	99,3
	63	1	,2	,2	99,5
	65	1	,2	,2	99,6
	73	1	,2	,2	99,8
	82	1	,2	,2	100,0
	Total	547	95,5	100,0	
Missing	System	26	4,5		
Total		573	100,0		

Rendimento Médio

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid \$0	17	3,0	3,0	3,0
\$200	1	,2	,2	3,1
\$300	1	,2	,2	3,3
\$400	2	,3	,3	3,7
\$500	2	,3	,3	4,0
\$700	1	,2	,2	4,2
\$800	1	,2	,2	4,4
\$900	3	,5	,5	4,9
\$1,000	2	,3	,3	5,2
\$1,100	1	,2	,2	5,4
\$1,200	2	,3	,3	5,8
\$1,300	3	,5	,5	6,3
\$1,400	4	,7	,7	7,0
\$1,500	1	,2	,2	7,2
\$1,600	2	,3	,3	7,5
\$1,700	1	,2	,2	7,7
\$1,800	1	,2	,2	7,9
\$1,900	1	,2	,2	8,0
\$2,000	1	,2	,2	8,2
\$2,100	1	,2	,2	8,4
\$2,200	3	,5	,5	8,9
\$2,300	2	,3	,3	9,2
\$2,400	4	,7	,7	9,9
\$2,500	2	,3	,3	10,3
\$2,900	1	,2	,2	10,5
\$3,000	2	,3	,3	10,8
\$3,300	2	,3	,3	11,2
\$3,400	4	,7	,7	11,9
\$3,500	1	,2	,2	12,0
\$3,800	1	,2	,2	12,2
\$3,900	2	,3	,3	12,6
\$4,000	3	,5	,5	13,1
\$4,300	3	,5	,5	13,6
\$4,400	1	,2	,2	13,8
\$4,500	6	1,0	1,0	14,8
\$4,800	1	,2	,2	15,0
\$4,900	1	,2	,2	15,2
\$5,000	5	,9	,9	16,1
\$5,100	2	,3	,3	16,4
\$5,200	2	,3	,3	16,8
\$5,300	1	,2	,2	16,9
\$5,400	3	,5	,5	17,5
\$5,500	1	,2	,2	17,6
\$5,600	1	,2	,2	17,8
\$5,700	1	,2	,2	18,0
\$5,800	1	,2	,2	18,2
\$5,900	5	,9	,9	19,0
\$6,000	2	,3	,3	19,4
\$6,100	3	,5	,5	19,9

Rendimento Médio

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid \$6,200	2	,3	,3	20,2
\$6,300	1	,2	,2	20,4
\$6,400	5	,9	,9	21,3
\$6,500	3	,5	,5	21,8
\$6,600	1	,2	,2	22,0
\$6,700	1	,2	,2	22,2
\$6,800	1	,2	,2	22,3
\$6,900	4	,7	,7	23,0
\$7,000	2	,3	,3	23,4
\$7,100	3	,5	,5	23,9
\$7,200	2	,3	,3	24,3
\$7,300	3	,5	,5	24,8
\$7,400	2	,3	,3	25,1
\$7,600	3	,5	,5	25,7
\$7,700	1	,2	,2	25,8
\$7,800	3	,5	,5	26,4
\$8,000	2	,3	,3	26,7
\$8,100	2	,3	,3	27,1
\$8,200	5	,9	,9	27,9
\$8,300	2	,3	,3	28,3
\$8,400	4	,7	,7	29,0
\$8,600	2	,3	,3	29,3
\$8,700	1	,2	,2	29,5
\$8,800	3	,5	,5	30,0
\$8,900	4	,7	,7	30,7
\$9,000	4	,7	,7	31,4
\$9,100	2	,3	,3	31,8
\$9,200	3	,5	,5	32,3
\$9,300	3	,5	,5	32,8
\$9,500	4	,7	,7	33,5
\$9,600	3	,5	,5	34,0
\$9,700	2	,3	,3	34,4
\$9,800	2	,3	,3	34,7
\$9,900	7	1,2	1,2	36,0
\$10,000	2	,3	,3	36,3
\$10,100	1	,2	,2	36,5
\$10,200	4	,7	,7	37,2
\$10,300	5	,9	,9	38,0
\$10,400	4	,7	,7	38,7
\$10,500	3	,5	,5	39,3
\$10,600	2	,3	,3	39,6
\$10,700	1	,2	,2	39,8
\$10,800	3	,5	,5	40,3
\$10,900	6	1,0	1,0	41,4
\$11,000	9	1,6	1,6	42,9
\$11,100	4	,7	,7	43,6
\$11,200	5	,9	,9	44,5
\$11,300	3	,5	,5	45,0
\$11,400	3	,5	,5	45,5

Rendimento Médio

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid \$11,500	1	,2	,2	45,7
\$11,600	7	1,2	1,2	46,9
\$11,700	6	1,0	1,0	48,0
\$11,800	2	,3	,3	48,3
\$11,900	6	1,0	1,0	49,4
\$12,000	2	,3	,3	49,7
\$12,100	6	1,0	1,0	50,8
\$12,200	5	,9	,9	51,7
\$12,300	4	,7	,7	52,4
\$12,400	3	,5	,5	52,9
\$12,500	5	,9	,9	53,8
\$12,600	4	,7	,7	54,5
\$12,700	3	,5	,5	55,0
\$12,800	3	,5	,5	55,5
\$12,900	2	,3	,3	55,8
\$13,000	9	1,6	1,6	57,4
\$13,100	1	,2	,2	57,6
\$13,200	7	1,2	1,2	58,8
\$13,300	2	,3	,3	59,2
\$13,400	7	1,2	1,2	60,4
\$13,500	7	1,2	1,2	61,6
\$13,600	3	,5	,5	62,1
\$13,700	4	,7	,7	62,8
\$13,800	7	1,2	1,2	64,0
\$13,900	4	,7	,7	64,7
\$14,000	3	,5	,5	65,3
\$14,100	3	,5	,5	65,8
\$14,200	3	,5	,5	66,3
\$14,300	5	,9	,9	67,2
\$14,400	2	,3	,3	67,5
\$14,500	4	,7	,7	68,2
\$14,600	4	,7	,7	68,9
\$14,800	1	,2	,2	69,1
\$14,900	2	,3	,3	69,5
\$15,000	2	,3	,3	69,8
\$15,100	4	,7	,7	70,5
\$15,200	4	,7	,7	71,2
\$15,300	1	,2	,2	71,4
\$15,500	2	,3	,3	71,7
\$15,600	2	,3	,3	72,1
\$15,800	5	,9	,9	72,9
\$15,900	4	,7	,7	73,6
\$16,000	1	,2	,2	73,8
\$16,100	1	,2	,2	74,0
\$16,300	5	,9	,9	74,9
\$16,400	2	,3	,3	75,2
\$16,500	1	,2	,2	75,4
\$16,600	3	,5	,5	75,9
\$16,700	3	,5	,5	76,4

Rendimento Médio

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid \$16,800	2	,3	,3	76,8
\$16,900	4	,7	,7	77,5
\$17,000	2	,3	,3	77,8
\$17,200	1	,2	,2	78,0
\$17,300	2	,3	,3	78,4
\$17,400	1	,2	,2	78,5
\$17,500	1	,2	,2	78,7
\$17,600	3	,5	,5	79,2
\$17,700	2	,3	,3	79,6
\$17,800	2	,3	,3	79,9
\$17,900	4	,7	,7	80,6
\$18,000	2	,3	,3	81,0
\$18,100	2	,3	,3	81,3
\$18,200	2	,3	,3	81,7
\$18,300	1	,2	,2	81,8
\$18,400	1	,2	,2	82,0
\$18,600	3	,5	,5	82,5
\$18,700	2	,3	,3	82,9
\$18,900	1	,2	,2	83,1
\$19,000	2	,3	,3	83,4
\$19,100	1	,2	,2	83,6
\$19,200	1	,2	,2	83,8
\$19,400	2	,3	,3	84,1
\$19,600	3	,5	,5	84,6
\$19,900	1	,2	,2	84,8
\$20,000	1	,2	,2	85,0
\$20,100	1	,2	,2	85,2
\$20,200	3	,5	,5	85,7
\$20,300	1	,2	,2	85,9
\$20,500	1	,2	,2	86,0
\$20,600	1	,2	,2	86,2
\$20,900	2	,3	,3	86,6
\$21,000	1	,2	,2	86,7
\$21,200	2	,3	,3	87,1
\$21,300	1	,2	,2	87,3
\$21,400	1	,2	,2	87,4
\$21,500	1	,2	,2	87,6
\$21,600	2	,3	,3	88,0
\$21,700	1	,2	,2	88,1
\$22,200	1	,2	,2	88,3
\$22,500	2	,3	,3	88,7
\$22,700	1	,2	,2	88,8
\$22,900	1	,2	,2	89,0
\$23,100	1	,2	,2	89,2
\$23,200	3	,5	,5	89,7
\$23,300	2	,3	,3	90,1
\$23,600	1	,2	,2	90,2
\$23,700	1	,2	,2	90,4
\$23,900	1	,2	,2	90,6

Rendimento Médio

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid \$24,200	1	,2	,2	90,8
\$24,400	1	,2	,2	90,9
\$24,600	1	,2	,2	91,1
\$24,700	1	,2	,2	91,3
\$24,800	1	,2	,2	91,4
\$25,200	1	,2	,2	91,6
\$25,300	1	,2	,2	91,8
\$26,000	1	,2	,2	92,0
\$26,300	4	,7	,7	92,7
\$26,900	1	,2	,2	92,8
\$27,200	1	,2	,2	93,0
\$27,400	1	,2	,2	93,2
\$27,500	1	,2	,2	93,4
\$27,800	1	,2	,2	93,5
\$28,500	1	,2	,2	93,7
\$28,700	1	,2	,2	93,9
\$29,300	1	,2	,2	94,1
\$29,400	1	,2	,2	94,2
\$29,800	1	,2	,2	94,4
\$29,900	2	,3	,3	94,8
\$30,000	1	,2	,2	94,9
\$30,300	1	,2	,2	95,1
\$30,500	1	,2	,2	95,3
\$31,500	1	,2	,2	95,5
\$32,200	1	,2	,2	95,6
\$32,600	1	,2	,2	95,8
\$32,700	2	,3	,3	96,2
\$33,700	1	,2	,2	96,3
\$33,900	1	,2	,2	96,5
\$34,100	1	,2	,2	96,7
\$34,800	1	,2	,2	96,9
\$35,600	1	,2	,2	97,0
\$36,200	1	,2	,2	97,2
\$37,200	1	,2	,2	97,4
\$38,700	1	,2	,2	97,6
\$39,100	1	,2	,2	97,7
\$39,200	1	,2	,2	97,9
\$39,500	1	,2	,2	98,1
\$42,600	1	,2	,2	98,3
\$49,100	1	,2	,2	98,4
\$51,100	1	,2	,2	98,6
\$55,900	1	,2	,2	98,8
\$56,200	1	,2	,2	99,0
\$58,400	1	,2	,2	99,1
\$59,000	1	,2	,2	99,3
\$62,000	1	,2	,2	99,5
\$69,700	1	,2	,2	99,7
\$73,400	1	,2	,2	99,8

Rendimento Médio

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	\$89,900	1	,2	,2	100,0
	Total	573	100,0	100,0	

Ocupação - CBO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	101	13	2,3	2,3	2,3
	102	3	,5	,5	2,8
	103	1	,2	,2	3,0
	109	1	,2	,2	3,1
	111	5	,9	,9	4,0
	113	9	1,6	1,6	5,6
	114	5	,9	,9	6,5
	115	8	1,4	1,4	7,9
	116	2	,3	,3	8,2
	117	3	,5	,5	8,7
	119	4	,7	,7	9,4
	121	1	,2	,2	9,6
	122	1	,2	,2	9,8
	124	4	,7	,7	10,5
	125	4	,7	,7	11,2
	126	12	2,1	2,1	13,3
	129	4	,7	,7	14,0
	131	6	1,0	1,0	15,0
	132	7	1,2	1,2	16,2
	134	1	,2	,2	16,4
	135	1	,2	,2	16,6
	137	1	,2	,2	16,8
	139	2	,3	,3	17,1
	142	6	1,0	1,0	18,2
	143	31	5,4	5,4	23,6
	145	7	1,2	1,2	24,8
	151	6	1,0	1,0	25,8
	154	1	,2	,2	26,0
	155	2	,3	,3	26,4
	156	9	1,6	1,6	27,9
	157	1	,2	,2	28,1
	159	3	,5	,5	28,6
	171	3	,5	,5	29,1
	172	1	,2	,2	29,3
	182	1	,2	,2	29,5
	213	2	,3	,3	29,8
	214	1	,2	,2	30,0
	216	2	,3	,3	30,4
	292	1	,2	,2	30,5
	293	1	,2	,2	30,7
	295	8	1,4	1,4	32,1
	296	5	,9	,9	33,0

Ocupação - CBO

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 297	9	1,6	1,6	34,6
298	12	2,1	2,1	36,6
299	4	,7	,7	37,3
301	4	,7	,7	38,0
303	5	,9	,9	38,9
309	3	,5	,5	39,4
391	2	,3	,3	39,8
392	4	,7	,7	40,5
393	8	1,4	1,4	41,9
394	14	2,4	2,4	44,3
395	10	1,7	1,7	46,1
396	1	,2	,2	46,2
399	8	1,4	1,4	47,6
401	3	,5	,5	48,2
402	14	2,4	2,4	50,6
403	1	,2	,2	50,8
409	5	,9	,9	51,7
411	11	1,9	1,9	53,6
412	1	,2	,2	53,8
419	1	,2	,2	53,9
499	5	,9	,9	54,8
509	1	,2	,2	55,0
511	2	,3	,3	55,3
521	1	,2	,2	55,5
529	1	,2	,2	55,7
531	4	,7	,7	56,4
532	3	,5	,5	56,9
539	4	,7	,7	57,6
541	1	,2	,2	57,8
542	2	,3	,3	58,1
549	1	,2	,2	58,3
593	1	,2	,2	58,5
596	1	,2	,2	58,6
599	5	,9	,9	59,5
601	1	,2	,2	59,7
701	1	,2	,2	59,9
702	6	1,0	1,0	60,9
703	3	,5	,5	61,4
704	3	,5	,5	62,0
707	16	2,8	2,8	64,7
708	1	,2	,2	64,9
710	3	,5	,5	65,4
711	1	,2	,2	65,6
713	2	,3	,3	66,0
716	5	,9	,9	66,8
719	2	,3	,3	67,2
901	2	,3	,3	67,5
902	46	8,0	8,0	75,6
903	1	,2	,2	75,7

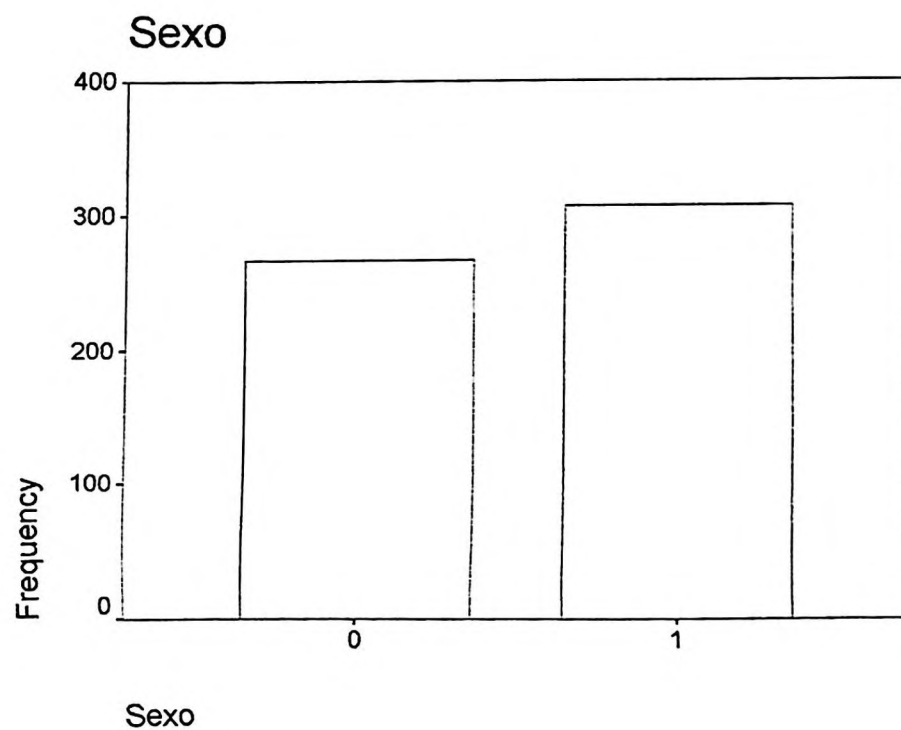
Ocupação - CBO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	904	29	5,1	5,1	80,8
	905	86	15,0	15,0	95,8
	906	8	1,4	1,4	97,2
	910	2	,3	,3	97,6
	931	2	,3	,3	97,9
	939	7	1,2	1,2	99,1
	999	5	,9	,9	100,0
Total		573	100,0	100,0	

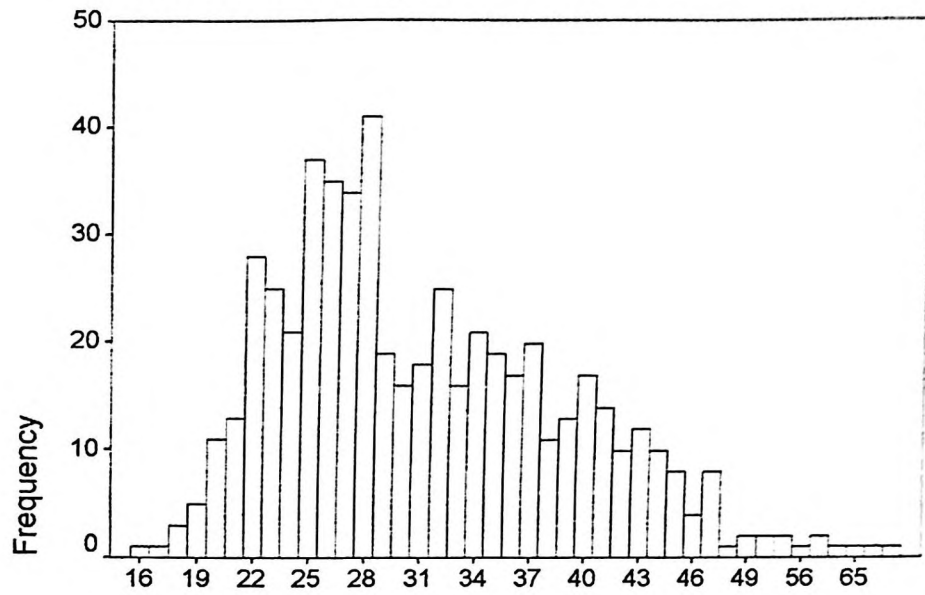
Ocupação

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Blue Collar	89	15,5	15,5	15,5
	White Collar	484	84,5	84,5	100,0
Total		573	100,0	100,0	

Bar Chart

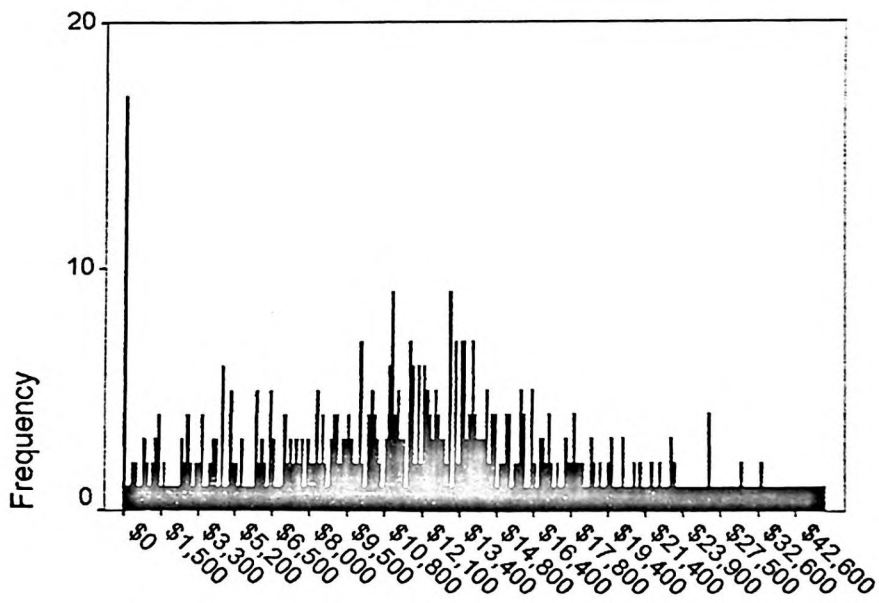


Idade na Adoção



Idade na Adoção

Rendimento Médio



Rendimento Médio