**TÍTULO NNONONONONONONONONONONON**

**Subtítulo Nonono Nonoo**

**Título em Inglês**

**RESUMO**

Texto resumo contendo tema, problema, objetivos, metodologia , resultados e conclusões. Nonono manmfoa lmonm lanldnafajf lkm,mal fmlamn mfalnflanflan mafnfaln afmlanfiajfloanfoanflanflanfla m falnfn f f apfm af p anfm aofmpaofm afpmafpma fp f fmmf fp fmapfm apfmapfm ap fmapf mafmapofjafiaflafa fla nfaf lofnpafnmpoafaof faofnao fnafo afopfn ofnoafn oafnaofn afonafoafnaofnafonfafoafo f aofan fonafoafoa aofjaourwrurlojnalrnal nfaf nafoajfoafnalfjaoifrj aofnalfoafjhafoiln n. manmfoa lmonm lanldnafajf lkm,mal fmlamn mfalnflanflan mafnfaln afmlanfiajfloanfoanflanflanfla m falnfn f f apfm af p anfm aofmpaofm afpmafpma fp f fmmf fp fmapfm apfmapfm ap fmapf mafmapofjafiaflafa fla nfaf lofnpafnmpoafaof faofnao fnafo afopfn ofnoafn oafnaofn afonafoafnaofnafonfafoafo f aofan fonafoafoa aofjaourwrurlojnalrnal nfaf nafoajfoafnalfjaoifrj aofnalfoafjhafoiln n. manmfoa lmonm lanldnafajf lkm,mal fmlamn mfalnflanflan mafnfaln afmlanfiajfloanfoanflanflanfla m falnfn f f apfm af p anfm aofmpaofm afpmafpma fp f fmmf fp fmapfm apfmapfm ap fmapf mafmapofjafiaflafa fla nfaf lofnpafnmpoafaof faofnao fnafo afopfn ofnoafn oafnaofn afonafoafnaofnafonfafoafo f aofan fonafoafoa aofjaourwrurlojnalrnal nfaf nafoajfoafnalfjaoifrj aofnalfoafjhafoiln n.

**Palavras chave:** Palavra 1. Palavra 2. Palavra 3.

**ABSTRACT**

In the last decades, the Corporate Social Responsibility (CSR) theme has gained greater visibility and importance on the world’s scenario. This paper deals with the Social Responsibility and its application to the context of micro and small enterprises from Salvador, Candeias and Simões Filho, as well as the vision of these companies on the issue of Social Responsibility. Thus, this work is to answer the question. "How micro and small businesses deal with the elements of Social Responsibility?" For the field research it was used a closed questionnaire, based on the questionnaire provided by the Ethos Institute, only companies from the commercial sector were studied in the cities of Salvador, Candeias and Simões Filho. It was found from the study that the studied companies apply some of the behaviors proposed by the Social Responsibility, like natural resources economy and respect to the environment, but they have no deeper knowledge about what Social Responsibility really means, and its.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility (CSR). Commerce. Micro and small business.

1. **INTRODUÇÃO (Obrigatório )-Deve conter tema, problema, objetivos, justificativa e divisão do artigo**

Kiçik və Orta Müəssisələr Sosial Məsuliyyət qəbul lazım olur və Braziliya və hökumətlər ətraf mühitə və sosial problemləri azaltmaq üçün xüsusilə çətinlik dünyada, həm də təşviq şirkətlər fəal iştirak etməyə məcbur olurlar prosesi ümumiyyətlə yaxşı bir onların fəaliyyət göstərdiyi icmalarda şəkil, və cəmiyyəti etmək üçün narahat əgər bazar yer itirmək riski. Braziliya istehlakçıların onlar yüksək qiymətə öz məhsul və xidmətlərini təklif etmək lazımdır, hətta, şirkətlər ətraf mühitin qorunması və məsələn, sosial məsələlər ilə məşğul və sosial məsuliyyətli üstünlük vermək niyyətində olub getdikcə narahat edir (Autor, 2012).

1. **METODOLOGIA (Obrigatório )**
2. **REFERENCIAL TEÓRICO (Obrigatório )**

He whakahaere iti Micro me ngā hinonga iti (MSEs), kia whakarōpūtia i runga i hua ā-tau i whakaritea e te ture kahore. 7,256 / 84, te whakaritea tēnei wā e Piri Ture No. 123 o Hakihea 14, 2006, i roto i tona Tuhinga 3, paratarafa ahau me II, e whakarato ana i:

Энэ нэмэлт хуульд заасан, жижиг, бичил аж ахуйн нэгж, бизнесийн холбоо, энгийн нийгэм, бие даасан хязгаарлагдмал хариуцлагатай компани гэж үздэг бөгөөд бизнесмэн урлаг-д заасан. 10.406 нь 966 Ли 2002 оны нэгдүгээр сарын 10-(Иргэний хууль) нь, зохих ёсоор компаниудын Бүртгүүлэх эсвэл Хуулийн этгээдийн бүртгэлд бүртгүүлсэн, холбогдох гэж байгаа нөхцөлд:

I - бичил хэрэг тус бүр хуанлийн жилд олсон онд нийт орлогын тэгш $ 360,000.00 (гурван зуун жаран мянган reais) буюу түүнээс бага R-ээс;

II - Жижиг бизнесийн тохиолдолд тус бүр хуанлийн жилд олсон нь, нийт өндөр орлого R-ээс $ 360,000.00 (гурван зуун жаран мянган reais), тэгш $ 3,600,000.00 (гурван сая зургаан зуун буюу түүнээс бага R-ээс мянган reais) (Autor, 2006).

Bu kateqoriya təsnifat bu şirkətləri buna görə də Vergilər və Micro Enterprises və ödənilməsi ödənişlər vergi rejimi Integrated sistemi haşiyələnmiş inzibati məhkəmələr, vergi, sosial təminat, əmək, əldə kredit və biznesin inkişafı bir favoritizm təmin Kiçik biznes üçün biznes (sadə) (Banterli, 2007, p. 2420).

Tabela 1 - Тэдний хэмжээний дагуу бичил, жижиг аж ахуйн нэгж, ангилал (Título-local-Período)

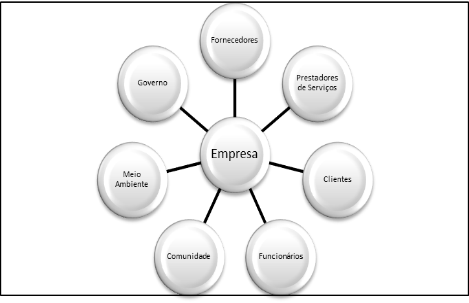
|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Porte | Setores | |
| Indústria | Comércio e Serviço |
| Microempresa | Até 19 pessoas ocupadas | Até 9 pessoas ocupadas |
| Pequena empresa | De 20 a 99 pessoas ocupadas | De 10 a 49 pessoas ocupadas |
| Média empresa | De 100 a 499 pessoas ocupadas | De 50 a 99 pessoas ocupadas |
| Grande empresa | 500 pessoas ocupadas ou mais | 100 pessoas ocupadas ou mais |

Fonte: SEBRAE, 2011, p. 13.

E ai ki te raraunga Sebrae (2006, p. 34), rohe o raki hāngai i roto i te tau 2004, i te katoa o te 736 393 MEPs, ki Bahia whakaaro, mō te 226.356 o te katoa. Hokohoko ko te rāngai e arotahi atu MEPs i roto i te kāwanatanga, he 145 225 ngä, ki 55.672 i roto i te rängai ratonga, e 25.459 i roto i te ahumahi. I tua atu ki te he kawenga hoki i runga i te 50% o te mahi ōkawa, whai wāhi hoki nga MEPs 20% o te GDP o Bahia (BAHIAMERCANTIL, 2011).

2.1 SUBITEM

Korporativ Sosial Məsuliyyət (KSM) ideyası hüquqi məsuliyyət ideyası, bir səbəb ilə sosial etik mənada məsul davranış, və ya könüllü töhfə fikir və birləşmək kimi ilə bağlı olan, qəbul olunacaq müxtəlif davranışları təşkilatın müşahidə oluna bilər Borger (2001, p. 15), buna görə də, sosial məsuliyyət hər bir şirkət daxil olan sosial-mədəni kontekstində görə biraz müxtəlif tələbləri ola bilər şirkətlər tərəfindən qarşılanacaq üçün problemlər geniş dəsti kimi görünür.

Figura 1 - *Stakeholders*

Fonte: Elaboração própria, 2017.

Para a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) (2004, p. 3) "Fatongia Social ko te hononga matatika, me te mārama o te whakahaere, me ona ngä katoa mo te whanaketanga tauwhiro." Kua Emerson Kapaz kite, peresideni o te Beresiria Institute mo te whakataetae matatika (ETCO) whakarato e:

Өөрөө төгсгөл нь биш харин түүнийг тавьж, ашиг бий болгох шаардлагатай байгаа тухай санаа зовж байхад бизнесийн нийгмийн хариуцлага, өөрөөр хэлбэл компани нь үйл ажиллагаа явуулж буй нийгмийн орчин нь илүү их санаа нь бизнес эрхлэх хараа гэдэг нь ч тогтвортой хөгжлийг хангах арга зам, амьдралын илүү сайн чанар зэрэг (KAPAZ, 2004, p.8).

Na concepção de Vieira (2007, p. 29), bu onun artım və yaxşı korporativ image möhkəmləndirilməsi üçün mühüm amildir özəl sektor, kollektiv maraq görə deyil yalnız yaxşı məhsulları və xidmətləri təmin narahat, lakin hərəkət etmək lazımdır. Bu KSM anlayışları tətbiq yalnız bir xərc, lakin şirkətin image investisiya deyil ki, göstərir.

Quadro 1 - Diretrizes da RSE

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Diretriz** |
|  | Adotar valores e trabalhar com transparência: atender às expectativas sociais com transparência, mantendo coerência entre discurso e prática. |
|  | Valorizar empregados e colaboradores: As empresas devem ir além de respeitar as leis trabalhistas, valorizar os funcionários é valorizar a si mesmas. |
|  | Fazer sempre mais pelo meio ambiente: Reduzir as agressões ao meio ambiente e promover a melhoria das condições ambientais. Tais atitudes além de reduzir o impacto ambiental causado pela empresa, também são fontes geradoras de lucros e ganhos de imagem. |
|  | Envolver parceiros e fornecedores: Deve-se ser transparente e cumprir os contratos estabelecidos, e incentivar os fornecedores a assumir compromissos socialmente responsáveis. |
|  | Proteger clientes e consumidores: Desenvolver produtos e serviços confiáveis em termos de qualidade e segurança, fornece instruções de uso e informar sobre seus riscos potenciais, eliminar danos à saúde dos usuários. |
|  | Promover a comunidade: Respeitar os costumes e a cultura local, contribuir em projetos educacionais, ONGs ou organizações comunitárias, destinar verbas a instituições sociais, e se entrosar de forma saudável com os grupos representativos locais, na busca de soluções conjuntas para os problemas comunitários. |
|  | Comprometer-se com o bem comum: Manter um relacionamento ético com o poder público, cumprindo suas obrigações de recolher impostos e tributos, alinhar os interesses da empresa com os da sociedade, comprometer-se formalmente com o combate à corrupção, contribuir com o poder público em projetos voltados ao aperfeiçoamento de políticas públicas na área social, etc. |

Fonte: ETHOS; SEBRAE, 2003, p. 12.

Korporativ Sosial Məsuliyyət (KSM) ideyası hüquqi məsuliyyət ideyası, bir səbəb ilə sosial etik mənada məsul davranış, və ya könüllü töhfə fikir və birləşmək kimi ilə bağlı olan, qəbul olunacaq müxtəlif davranışları təşkilatın müşahidə oluna bilər Borger (2001, p. 15), buna görə də, sosial məsuliyyət hər bir şirkət daxil olan sosial-mədəni kontekstində görə biraz müxtəlif tələbləri ola bilər şirkətlər tərəfindən qarşılanacaq üçün problemlər geniş dəsti kimi görünür.

Gráfico 1 - Título-Local-Período



Fonte: Elaboração própria, 2014.

Ahakoa te nuinga o enei kamupene riro i te hanganga iti o nga kaimahi, he pai whänuitanga hua ā-tau. 31% o enei kamupene mau hua ā-tau i waenganui i R $ 101,000.00 me te R $ 200,000.00 ia tau, 23% o ngā rōpū ruritia e hua o runga ki a R $ 50,000.00, ia 21% i hoko i waenganui i R $ 51,000.00 me R $ 100,000.00, 15% i waenganui i R $ 200,000.00 me te R $ 300,000.00, te atu 10% ngā, kopikopiko i R $ 301,000.00 me R $ 350,000.00 ranei ake, ka rite ki Figure 02.

1. **ANALISE DOS DADOS (Obrigatório )**
2. **RESULTADOS, LIMITAÇÕES E TENDÊNCIAS FUTURAS (Obrigatório )**

E ai ki nga hua o te rangahau mākete i roto i te Micro me Small Enterprises, ka rite i te reira e hopoi'a pāpori rangatōpū ko te ariā mōhiotia iti, a na e kore e te mea whakaaturia i roto i to ratou rautaki. Nā ki te ake kuware e pā ana ki te mea he Fatongia Social me pehea e taea te tono i te reira ki te mahi, pera me i runga whakaaturia i roto i te Whakaahua 03, te nuinga o nga kamupene uiui i te wahi iti ranei kahore he matauranga e pā ana ki reira. Ko tētahi atu take i roto i ngā uiuinga, ko te ki te tukua mai atu painga i te taiao ahuareka atu hoki ngā kaimahi ranei kitea ano he utu, nui atu i haumi e, e hoki i roto i te hua, me te kamupene image whakapai ki a ratou kiritaki.

1. **CONSIDERAÇÕES FINAIS (ou CONCLUSÃO) (Obrigatório )- responder o problema e os obejtivos**

Мэдээллийг дүн шинжилгээ хийж дараа нь энэ судалгааг, урам зоригтой асуултанд хариулах боломжтой байсан "Бичил, жижиг компаниуд БНХ-ын элемент шийдэх вэ?". Бид байгуулах, тиймийн тул, жишээ MEPs дүн шинжилгээ гэсэн хангалттай мэдлэг эсвэл тэдний байгууллагын стратегид нийгмийн хариуцлагатай үйл ажиллагаа батлах нь хүргэж болзошгүй эерэг нөлөөлөл холбоотой стратегийн алсын хараа байхгүй байна. Хамгийн менежерүүд БНХ холбоотой зарим заавар, удирдамжийг дадлага заасан хэдий ч, ер нь, түүний стратегийн нэг хэсэг, эсвэл өрсөлдөөний давуу талыг олж авах хэрэгсэл болгон ашиглаж энэ харуулж байна.

**REFERÊNCIAS- Nome dos autores de forma completa seguindo ABNT**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 16001**: Responsabilidade Social: sistema da gestão: requisitos. Rio de Janeiro: ABNT, 2004.

FREIRE, Fátima de Souza, REBOUÇAS, Tereza Raquel da Silva. Uma descrição sucinta do balanço social francês, português, belga e brasileiro. In: SILVA, César Augusto Tibúrcio, FREIRE, Fátima de Souza (Orgs.). **Balanço social**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2001, p. 69-115.

GOOGLE MAPAS. Salvador - Candeias - Simões-Filho. 2014. Disponível em: <http://maps.google.com.br>. Acesso em: 22 set. 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Indicadores IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio, julho 2014. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/comercio/pmc/. Acesso em: 10 out. 2014.

KAPAZ, Emerson. O que é Responsabilidade Social? **Revista FAE Business**. n. 9. 2004. p. 8-10. Disponível em: <http://www.unifae.br/publicacoes/fae\_business.asp#9\_1>. Acesso em: 05 abr. 2014.