

Editorial

Com satisfação publicamos, neste primeiro número de 2016, um ensaio e cinco artigos com bastante heterogeneidade temática.

Iniciando este número, Hermano Roberto Thiry-Cherques, no ensaio *A categoria trabalho?*, verifica a propriedade da expressão “categoria trabalho” na determinação e no esclarecimento do objeto /trabalho/. O texto examina a expressão em três instâncias: a lógico-filosófica, a da determinação categorial e a da qualificação do objeto. A análise conclui por apontar a indeterminação teórica da expressão nas três instâncias examinadas e, como decorrência, pela inadequação técnica da sua aplicação às ciências de gestão.

O primeiro artigo, *Auditoria Fiscal do Trabalho e fiscalização do FGTS: uma comparação de métodos de previsão para a arrecadação*, de Jeronymo Marcondes Pinto, realiza um teste de desempenho entre diferentes metodologias passíveis de serem aplicadas à previsão de arrecadação de Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) pela auditoria fiscal do trabalho.

No segundo artigo, *Aplicação de ferramentas Lean na área de alimentos: uma revisão conceitual*, Cleberton Franceski, Jorzimar Benhur Bresciani, Micheli Zanetti, Beno Nicolau Bieger, Marcelo Fabiano Costella e Francieli Dalcanton fazem um levantamento bibliográfico, onde selecionaram e analisaram estudos de aplicação das ferramentas – Just In Time, Kanban, Mapa de Fluxo, Seis Sigma, Kaizen, Troca Rápida de Ferramentas e Total Productive Maintenance – para diferentes setores da área de alimentos, tais como beneficiamento de pescados, de frangos e de suínos, laticínios, panificação, massas, biscoitos, óleo vegetal e redes de alimentação *fast-food*, de restaurantes industriais e de distribuidores de bebidas.

No terceiro artigo, *Compradoras compulsivas: motivações, hábitos e experiências de consumo*, Luís Alexandre Grubits de Paula Pessôa, Daniel Kamlot e Sabrina Corredor Cunha Barbosa analisaram o comportamento de compradoras compulsivas a fim de identificar características nessas pessoas que consomem mais do que sua situação permite.

O quarto artigo, *A representação de crianças na comunicação de marketing: uma discussão sob a perspectiva do macromarketing*, de Denise Franca Barros, Daniel de Oliveira Barata Merabet e Tânia Maria de Oliveira Almeida Gouveia, provoca uma leitura crítica ao abordar o tema da publicidade infantil com uma análise de Macromarketing, ou seja, verificando as consequências das atividades de Marketing em diversos setores da sociedade. Tal análise pode ser útil para a criação de políticas públicas. Esse artigo teórico-empírico investiga a percepção de adultos sobre o uso da imagem de crianças na propaganda de produtos variados, dirigida a públicos diversos.

Encerrando este número da Adm.Made, o artigo *Experiência de trabalho e formação empreendedora: um estudo sobre a Empresa Junior PUC Rio*, de Bruna Flor Rimolo de Menezes e Alessandra de Sá Mello da Costa, apresenta os resultados de pesquisa que buscou explorar como a experiência de trabalho na Empresa contribui para o desenvolvimento de um perfil empreendedor, na percepção de seus participantes. Os resultados mostram o desenvolvimento de características do perfil empreendedor, por meio de fatores como liberdade e autonomia, multiplicidade de aprendizados, incentivo à

inovação, busca por novas oportunidades, necessidade de superação aos constantes desafios e criação de um ecossistema empreendedor.

Desejamos a todos boa leitura!

Os Editores