

EDITORIAL

A Revista de Administração IMED (RAIMED) encerra o ano de 2015, com a publicação de 25 artigos em 3 edições, tendo a colaboração de autores com representatividade e distribuição institucional e geográfica das diferentes regiões do país. Assim, verifica-se que um crescimento em relação aos anos anteriores, quanto à procedência dos colaboradores, sendo representados por 7 estados brasileiros em 2013, por 8 estados em 2014 e por 9 estados em 2015, ao passo que a representatividade institucional correspondeu a 22 IES em 2013, 31 IES em 2014 e 30 IES em 2015.

Neste contexto, a RAIMED apresenta o seu terceiro número de 2015, composto por nove artigos de autores provenientes de várias instituições e regiões do Brasil. O primeiro artigo, de autoria de Ana Aldivonir Delfino Lopes, Tatiana Aguiar Porfírio de Lima, Alice Gerlane Cardoso da Silva e Diogo Henrique Helal consiste em compreender os significados culturais atribuídos às experiências de trabalho, sob a perspectiva de um casal *dekassegui*. Os resultados apontam que os *dekasseguis* se sentem brasileiros no Japão, pela condição de minoria étnica e desigualdade no trabalho, e japoneses no Brasil pelos hábitos e costumes diferentes, fortalecendo o sentimento de desenraizamento.

O segundo artigo tem como objetivo investigar os valores simbólicos que explicam o consumo de brinquedos por um grupo de pessoas adultas. Os autores Rafael Mendes Lübeck, Aline Hopner e Ana Paula Silva destacam que o envolvimento dos consumidores com os objetos e/ou personagens por eles representados funcionam como símbolos materiais em muitos casos de características que eles gostariam de ter, de como se percebem (*self*) e momentos que desejam reviver da sua infância.

No terceiro artigo, de autoria de Lara Raquel Fonseca da Silva, Leticia Dutra Mousquer, Marise Schadeck e Luis Adriano Rodrigues analisam os fatores motivacionais dos empregados e a influência que essa motivação gera na produtividade da empresa, identificar os fatores motivacionais e o que a empresa oferece para motivar seus empregados. Os resultados indicam que os empregados consideram a empresa um bom local de trabalho e que ela proporciona formas de satisfação e motivação para os empregados, onde a liderança pode ser um dos principais fatores a serem observados.

Uma discussão sobre a economia de baixo carbono é o tema do quarto artigo de autoria de Fernando Mario Rodrigues Marques, Sari Hannele Koivukangas e João Leo Pinto Lima. Os autores destacam que abordagem comum sobre o tema da economia de baixo carbono restringe-se, de um modo geral, aos campos de conhecimento da econômica (oportunidades de negócio no domínio das fontes renováveis de energia e eficiência energética) e engenharia (desenvolvimento de novas tecnologias). O estudo inova ao trazer uma nova abordagem que contempla a natureza interior do ser humano e o comportamento do ser humano, que nem sempre coincidem com a busca de um futuro sustentável.

O quinto artigo, de Larissa Silva Oliveira, busca compreender a relação entre a academia e o campo de atuação ao longo dos anos, na construção teórica em marketing, propondo uma aproximação entre acadêmicos e praticantes, vislumbrando maior interação entre ambos. A autora aponta que os acadêmicos, estão preocupados com o rigor teórico, a descrição detalhada e a análise aprofundada das características dos fenômenos estudados, ao passo que os praticantes estão comprometidos com os resultados, as metas e o curto prazo, buscando traçar estratégias e linhas de ação.

No sexto artigo, Suzie Terci Kaetsu, Anna Cristina Hanke Lachi e Olga Maria Coutinho Pecece buscam identificar aspectos simbólicos relacionados ao consumo dos sapatos de salto alto por mulheres em seu ambiente de trabalho. Os resultados apontam o uso do salto alto no trabalho como uma forma de expressão pessoal e uma imagem de profissional respeitosa.

O sétimo artigo, de autoria de Ana Cristina Ferreira, Erick de Freitas Moura e Valdir Machado Valadão Júnior, busca compreender as dimensões da formação dos docentes em Administração nos mestrados acadêmicos em administração. Os autores concluem que as disciplinas didático-pedagógicas são obrigatórias em alguns programas de mestrado acadêmico em administração no estado de Minas Gerais, contudo, com pequena carga horária e que o processo de formação no ensino se dá predominantemente por autores da área da pedagogia.

No oitavo artigo, Jully Fabiola Nunes Rogge e Mariane Lemos Lourenço buscam compreender de que maneira se dá a questão da resiliência no ambiente acadêmico de pós-graduação *stricto sensu*, no qual os indivíduos são confrontados com demandas de alta dedicação e esforço que exigem a conformação a um novo modelo de realização de atividades. Os resultados mostram que a significado pessoal da conclusão do curso *stricto sensu* apresenta-se como maior fonte geradora da resiliência para os acadêmicos.

A rentabilidade dos eventos de negócios nos hotéis é o tema do nono artigo, das autoras Julia Caroline Soares Caetano e Aline Correia de Sousa Colantuono. As autoras identificam no turista de negócios e eventos um grande potencial de compra, pois os turistas têm uma maior demanda por diversos serviços e produtos hoteleiros que geram maiores receitas, mais contratações de mão de obra, além de aumentar o gasto médio.

Desta forma, agradeço aos autores por terem submetido seus manuscritos para o sistema de avaliação e aos avaliadores que não tem medido esforços para composição deste número. Além disso, manifesto aqui o desejo de todos os autores que os estudos apresentados sirvam de auxílio para os leitores.

Boa leitura!

Prof. Dr. Claudionor Guedes Laimer
Editor-chefe da RAIMED